

Semestral 2004/05

nº 5/6

# CALEIDOSCÓPIO

Revista

de Comunicação e Cultura

# Territórios do Jornalismo

Organização:  
Mário Mesquita

Ciências de  
Comunicação,  
Artes e Tecnologia  
da Informação



UNIVERSIDADE LUSÓFONA  
de Humanidades e Tecnologias

*Humani nihil alienum*





**Edições Universitárias  
Lusófonas**

| **Design e Criação:**  
VLR Design

| **Paginação:**  
Macau's

| **Impressão:**  
Tipocor

| **Tiragem:** 500 Exp.

| **Propriedade:**  
Cofac – Cooperativa de Informação  
e Animação Cultural

| **Depósito Legal:** 172069/01

| **ISSN:** 1645-2585

Solicita-se a permuta com outras publicações afins  
*We promote exchange with similar publications*

## **Caleidoscópio**

**Revista de Comunicação e Cultura**

| **Director da Revista:**  
António Machuco Rosa

| **Secretariado de Redacção:**  
António Machuco Rosa  
José Bragança de Miranda  
José Manuel Pinto  
Luís Filipe B. Teixeira  
Manuel José Damásio  
Mário Mesquita

| **Conselho de Redacção:**  
Alberto José Delgado dos Reis  
Alexandre Manuel de Melo B. S. Pereira  
António de Oliveira Pena  
António José Machuco Pacheco Rosa  
Augusto Deodato Guerreiro  
Carla Maria dos Santos  
Damasceno Dias  
Fernando António Pinheiro Correia  
Inês Godinho Mendes Gil  
João Manuel Sias Matela  
Jorge Manuel Leandro de Oliveira Rosa  
Jorge Manuel Martins Rosa  
José Augusto Bragança de Miranda  
José Manuel de Figueiredo Gomes Pinto  
Luís Cláudio dos Santos Ribeiro  
Luís Filipe de Bragança e Sousa da Silva Teixeira  
Manuel José Carvalho Almeida Damásio  
Maria Amélia Faia  
Maria Cláudia Álvares  
Maria José Pereira da Mata  
Maria Teresa da Silva Guerreiro Mendes  
Mário António da Mota Mesquita  
Paulo Renato da Silva Viveiros  
Rui Pedro Rodrigues Pereira Jorge  
Victor Manuel Esteves Flores

| **Contacto:**  
Revista Caleidoscópio  
Departamento de Ciências da Comunicação, Artes  
e Tecnologias da Informação  
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias  
Campo Grande, 376  
1749-044 Lisboa, Portugal  
e-mail: caleidoscopio@ulusofona.pt



# APRESENTAÇÃO

CALEIDOSCÓPIO

## AS INCERTAS FRONTEIRAS DOS TERRITÓRIOS DO JORNALISMO

Os territórios do jornalismo – tema deste número da revista *Caleidoscópio* – são cada vez mais difíceis de delimitar. Se preferirmos uma definição exigente de jornalismo, que o reconduza ao domínio da informação e dos conteúdos, deixando para outras áreas da comunicação a predominância do lado relacional e espectacular, a área do jornalismo tenderá, naturalmente, reduzir-se, deixando à sua volta terrenos devolutos que serão facilmente ocupados por outros actores e discursos. Se optarmos por seguir a perspectiva dominante na opinião pública, então teremos de considerar o jornalismo como território em expansão. Nessa óptica, cada entrevista integrada num concurso ou num «reality-show» – para referir apenas um exemplo – poderia ser encarada como sinal de crescimento do jornalismo, ainda que se possa indagar se tal forma de expressão mediática se inscreve no domínio da informação ou se é, pelo menos, exercida apenas por jornalistas credenciados enquanto tal.

No actual contexto comunicacional, dominado por interesses económicos, financeiros e tecnológicos, as formas de expressão – por vezes reduzidas à displicente designação de «conteúdos» – tendem a desenvolver-se em múltiplas direcções, sem que a delimitação de territórios entre o jornalismo e outros modos de comunicação constitua preocupação ao nível da produção ou da recepção. Em certo sentido, poderia dizer-se que, no seio do ambiente comunicacional e mediático, vários domínios da comunicação se imbricam e confundem, num universo caótico, embora obediente às lógicas económicas que lhe subjazem.

O tema *Territórios do Jornalismo*, escolhido para este número de *Caleidoscópio*, não visa,

por isso mesmo, propor nenhuma delimitação rigorosa de fronteiras com outros campos de actividade comunicacional e social. Ao escolhê-la, optámos por um entendimento mais amplo, englobando todas as problemáticas susceptíveis de se inserirem no vasto território do jornalismo – actividade, investigação, retórica, tecnologia, entre muitas outras. Acima de tudo, deixámos aos nossos colaboradores, ampla margem de escolha das temáticas a desenvolver nos territórios do jornalismo ou mesmo nas regiões fronteiriças.

Este número da revista *Caleidoscópio* abre com o ensaio de Agustina Bessa Luís, intitulado *O Crocodilo e o Rato*, em que a escritora reflecte sobre o fenómeno televisivo na sociedade contemporânea, considerando que «a televisão é uma realidade à distância, o que parece diminuir o factor de risco que é a vida real», motivo pelo qual «é bem recebida e indispensável até», mas «não nos engana, só nos ilude».

O artigo de José Manuel Nobre Correia sobre *Os Média e a Europa* questiona em que medida o sistema mediático da União Europeia constitui um factor de reforço da sociedade civil e da identidade europeia, ou se, pelo contrário, os mecanismos do mercado e da concentração jogam contra uma efectiva «europeização dos media», seja por continuarem confinados às fronteiras nacionais, seja porque se inscrevem numa lógica global centrada no outro lado do Atlântico.

A questão da concentração reaparece, desta vez enquanto problemática central, no texto do autor catalão Daniel E. Jones, que coloca a questão de saber se não é excessivo o protagonismo dos actuais grupos comunicativos multimédia e se não seria necessário que, em nome dos valores da liberdade, fossem controlados pelos Estados democráticos. O artigo fornece-nos uma perspectiva geral, embora se baseie, sobretudo, em exemplos espanhóis e catalães.

# APRESENTAÇÃO

CALEIDOSCÓPIO

O artigo de Antônio Fausto Neto incide sobre o conflito entre o Presidente Lula da Silva e o *New York Times*, que foi tema dominante na opinião pública brasileira. Fausto Neto «chama atenção para a importância que tem o âmbito da linguagem para a produção da actualidade jornalística», mostrando que «o texto jornalístico além de condensar vários textos, é a instância que controla os fluxos de sentidos uma vez que é quem profere o sentenciamento da questão».

Seguem-se artigos em que surge como objectivo dominante «pensar os acontecimentos mediáticos». É o caso do texto de Cláudia Alves, «O 11 de Setembro como mega-acontecimento: um desafio à globalização», em que a autora postula que os atentados de 2001 transcendem qualquer tentativa de contenção «dentro de parâmetros rigidamente demarcados, estabelecendo uma ponte entre pólos de dicotomias como centro e periferia, global e local, integração e desagregação, momento e continuidade, fragmento e totalidade», pondo «em causa os critérios até agora utilizados para compreender os acontecimentos mediáticos, extravasando as próprias fronteiras de definição de tais fenómenos».

Em *As construções do luto após a morte de Diana*, Daniel Dayan e Elihu Katz, reflectem sobre as comemorações e as homenagens em torno de Diana de Gales, que consideram como «peregrinações, encontros com um “sagrado” definido em termos de inacessibilidade». Neste artigo, escrito com algum recuo em relação à morte de Lady D, os criadores do conceito de «televisão cerimonial» sustentam que a personagem de Diana desempenha o papel de «um começo, de uma entrada, de uma ligação entre os mundos, representa o ponto em que as grandes periferias podem, de pleno direito, e sem sanção violenta, aproximar-se da ostentação, da *pompa e circunstância*».

Pedro Diniz de Sousa, por seu lado, analisa o ataque ao sítio da *Al-Jazeera* na Internet,

levado a cabo por *hackers* na primeira semana da Guerra do Iraque, o que, em seu entender, «terá constituído o primeiro sinal importante da assimilação da imprensa *online* pelo campo da guerra informática, apresentada desde há décadas como “guerra do futuro”, mas mantendo um estatuto marginal no quadro dos conflitos militares entre estados».

A representação das minorias sexuais na informação televisiva portuguesa é o tema focado por Clara Roldão Pinto Caldeira, analisando o «jornalismo como território de intersecção de vários discursos sociais», através da focalização de um «grupo minoritário e tradicionalmente considerado desviante e objecto de estigma num meio de comunicação de massa».

Anabela de Sousa Lopes e Maria José Mata investigam a construção da personagem de Carlos Cruz no discurso jornalístico sobre o Euro 2004 e o processo Casa Pia. Esta análise do «protagonismo de uma figura pública» incide essencialmente nos «géneros de opinião», em dois diários (*Público* e *Diário de Notícias*) e dois semanários (*Expresso* e *Semanário*). O artigo distingue o discurso eufórico acerca de Carlos Cruz no âmbito da narrativa sobre o Euro 2004 da ambiguidade que caracteriza a abordagem da mesma personagem no quadro do processo Casa Pia, traduzindo designadamente «a dificuldade de vários articulistas em opinar».

A comparação entre a capa de revista e o anúncio publicitário é o fio condutor do texto de Carla Rodrigues Cardoso. Poderão esses dois «dispositivos comunicacionais» ser considerados apenas «territórios paralelos», que se encontram no mesmo espaço da revista, ou serão, mais do isso, «territórios contíguos», instituindo-se, no seu conjunto, como redes de significação? É a esta questão que a autora responde, com base na análise das capas da *Visão* de Janeiro de 2004.

No artigo intitulado *Os media também nos dizem o que fazer*, João Manuel Rocha analisa a

# APRESENTAÇÃO

CALEIDOSCÓPIO

edição de 9 de Setembro de 1999 do «Diário de Notícias», que, sendo publicada após o referendo que determinou a independência de Timor-Leste, trazia a primeira página em branco. A pretexto dessa iniciativa, em que os media foram promotores do acontecimento, o autor reexamina conceitos clássicos do estudo dos «media», caso dos pseudo-acontecimentos, e defende, na perspectiva das teorias do agendamento, que, em algumas circunstâncias, os media também podem dizer-nos o que fazer.

As relações entre jornalismo e publicidade voltam a estar presentes, desta vez no texto de Vanda Ferreira, em que o tratamento televisivo do 10º Aniversário da SIC e da TVI constitui o ponto de partida para a caracterização dos «conteúdos jornalísticos auto-referenciais». Está em causa, com esse conceito, a identificação de «acontecimentos, processos e temáticas relevantes para o grupo económico proprietário da empresa/meio de comunicação social que os difundem promovendo a sua visibilidade e imagem pública de forma directa ou indirecta, de modo organizado e coerente». O «valor-notícia» atribuído a esses acontecimento, em que o canal de televisão (tal como o jornal, a revista ou a estação de rádio) organiza a sua própria encenação, está directamente relacionado com a propriedade do meio.

Se as abordagens sobre a personagem mediática, as capas de revistas ou os conteúdos autoreferenciais se caracterizam por serem investigações empíricas, já o percurso de Carla Martins – no texto intitulado «A objectividade como dever referencial» – se orienta numa perspectiva essencialmente teórica, visando, com manifesta ambição, «recuperar o paradigma da objectividade como estruturante do jornalismo», embora, conforme formula a autora, numa «versão reinventada à luz da própria evolução histórica do conceito».

Telmo Gonçalves, em *A abordagem do enquadramento nos estudos do jornalismo*,

estuda a evolução da corrente de investigação do «framing» («enquadramento»), mostrando que a noção de «frame» tem sido aplicada em diferentes acepções, desde os estudos pioneiros aplicados ao campo jornalístico de Gaye Tuchmann (1978) e Todd Gitlin (1980), inspirados nos trabalhos clássicos de Erving Goffman.

Sob a epígrafe «da realidade à ficção», Sara Pina analisa a cobertura noticiosa da guerra no Iraque, detendo-se em especial no predomínio de fontes oficiais e favoráveis à guerra no contacto com os jornalistas. A «elaboração da realidade no discurso jornalístico», considera a autora, «tem consequências nessa própria realidade, reconstruindo-a e modificando-a permanentemente».

Em *Contributos do realismo para o discurso jornalístico*, Cristina Ponte analisa as relações entre os primeiros jornais da «fase industrial da imprensa» e a corrente estética do realismo, reflectindo sobre os contributos do estilo literário realista para a produção escrita e a orientação ética do jornalismo. A autora aponta ainda os reflexos desta matriz no jornalismo contemporâneo. Refere-se, designadamente, ao «novo jornalismo» dos anos 60 do século XX, embora também considere que as raízes históricas do «jornalismo de investigação» remontam à inspiração do romance realista.

No ensaio intitulado *A imprensa, veículo de literatura moderna*, Enric Sória procede a um percurso histórico por diversos géneros jornalísticos e literários, considerando que a «idade de ouro» do jornalismo literário se situa no século XX, «especialmente no período que vai da *belle époque* à Segunda Guerra Mundial». De entre vários escritores consagrados da literatura que colaboraram nos jornais, salienta nomes como os de Unamuno, Gide, Borges ou Pavese.

No artigo *Jornalistas portugueses – da homogeneidade aparente às distinções necessárias*, Fernando Correia põe em evidência que,

# APRESENTAÇÃO

CALEIDOSCÓPIO

desde o nascimento da imprensa moderna, «não é possível falar dos jornalistas como um grupo profissional homogéneo», sendo que «a posterior evolução da imprensa e o aparecimento da rádio, da televisão e da internet, a chegada das novas tecnologias ao sector e os novos enquadramentos empresariais, entre outros aspectos, vieram acentuar, e de forma mais evidente nos últimos anos, uma grande diversificação interna».

Diana Andringa põe em causa o conteúdo das actuais formações em comunicação e jornalismo, num texto intitulado *Jornalismo, memória e amnésia*, criticando a ausência de disciplinas de História «na maioria dos cursos de Jornalismo e/ou Comunicação Social em que se formam os jovens jornalistas». Tendo presentes as exigências das práticas jornalísticas, a autora preconiza «uma alargada formação de base, com espaço para a História Contemporânea».

Christiana Martins, no texto *Uma fronteira - ou o jornalismo económico como forma de conhecimento especializado*, parte da verificação da falta de estudos académicos sobre o jornalismo especializado na área económica para se deter na análise de «múltiplas versões» em circulação acerca deste tipo de especialização.

O jornalismo económico é igualmente o tema de Helena Garrido, analisando as «faces visíveis das pressões sobre a informação» em contexto de concentração. A autora discute se os jornalistas de economia têm uma percepção de maior condicionalismo do exercício da actividade de informar sobre matérias económicas e financeiras, na sequência dos movimentos de concentração e diversificação empresarial que afectaram os sectores económicos em geral e os «media» em particular.

Situando-se igualmente no âmbito dos processos de especialização, Alberto Vasconcelos ocupa-se da área da saúde. No artigo intitulado

*Jornalismo de Saúde – evidências de um processo de especialização*, o autor sustenta que «o objecto do jornalismo é uma realidade cada vez mais heterogénea, onde os resultados que surgem na bancada do investigador têm implicações directas sobre as relações dos doentes com os seus médicos, dos cidadãos com os seus políticos e do público com a sua imprensa». Tal situação força o jornalista especializado no sector a assumir «a posição de decodificador de vocabulário, conceitos e discursos técnicos», em interacção, entre outros especialistas, «com médicos, biólogos, farmacologistas e epidemiologistas»

Numa perspectiva de história contemporânea, Reto Mónico analisa a reacção de cerca de trinta jornais suíços sobre o Regicídio português. Numa época em que prevalecem os jornais de tendência, só a imprensa maçónica e socialista tende a aprovar aquilo que considera como uma forma de «justiça popular». Os jornalistas helvéticos, mesmo os da imprensa regional, não se limitam a descrever os acontecimentos de Fevereiro de 1908 em Portugal: comentam os factos e procuram atribuir responsabilidades.

Situando-se igualmente no âmbito da história contemporânea, Júlia Leitão de Barros investiga as estratégias delineadas pelo Estado Novo para controlar a imprensa de «província» que, no início dos anos 30, ainda escapava ao domínio do regime. Neste artigo, são divulgados, pela primeira vez, dois documentos produzidos pelo Secretariado de Propaganda Nacional (S.P.N.), referentes à sua actuação junto da imprensa de província.

Numa outra perspectiva, a da análise do jornalismo de escândalo de natureza judiciária, Carla Baptista, em *Pedófilos na televisão e vampiros na sociedade*, parte da cobertura mediática do Caso Casa Pia para uma reflexão sobre a lógica narrativa que se tornou dominante na televisão generalista portuguesa, em

# APRESENTAÇÃO

CALEIDOSCÓPIO

que o valor dos acontecimentos se mede pela capacidade de gerar «estórias» com ingredientes dramáticos e cénicos fáceis de explorar pela linguagem televisiva.

As relações entre o jornalismo e a justiça também estão presentes no texto de Mafalda Barahona Chaveiro, intitulado *O palco judiciário e a emoção mediática*, investigação sobre a semana de reabertura dos tribunais e a sua cobertura nos espaços informativos nos principais canais de televisão generalista. A autora aborda a actuação dos jornalistas e dos operadores judiciários, na perspectiva do profissionalismo e observância das regras deontológicas e do respeito pelo direito a uma informação correcta e leal.

O conjunto de textos sobre os «Territórios do Jornalismo» encerra com o artigo *O ecrã no lugar do juiz – a representação da justiça no cinema de Fritz Lang*, em que o organizador desta edição da *Caleidoscópio* encara a problemática da mediatização da justiça, antecipada na fase americana da obra do cineasta alemão, detendo-se na análise do filme *Fúria* (1936).

Em artigo situado fora do «dossier» temático deste número de *Caleidoscópio*, intitulado *Ninguém é verdadeiramente autor*, José Augusto Mourão procede a um conjunto de análises e reflexões a propósito do livro *A autoria e o hipertexto*, de Noélia Fernandes, (Minerva Coimbra, 2003). Neste texto o autor questiona conceitos como a criatividade, o *copyright*, a autoria, a narratividade, a leitura, tendo presentes as interrogações que pesam sobre o futuro da escrita após a revolução tecnológica.

O coordenador desta edição de *Caleidoscópio* deseja exprimir, em nome da revista, o seu agradecimento à secretária-geral da Fundação Catalunha-Portugal, Maria do Carmo Dalmao, por ter apoiado a tradução do artigo de Enric Sória, a Sara Pina, pela coordenação das resenhas críticas e pela revisão de alguns

textos, a Carla Martins, Clara Roldão Pinto Caldeira, Sónia Andrade e Teresa Barrau pela tradução dos originais escritos em inglês, castelhano e francês.

O nosso agradecimento vai igualmente para a Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias e para as Edições Universitárias Lusófonas que possibilitaram esta publicação. Uma palavra muito especial de reconhecimento e camaradagem é devida ao director da *Caleidoscópio*, António Machuco, pelo estímulo e apoio que concedeu ao coordenador deste número duplo.

Mário Mesquita



CALEIDOSCÓPIO

**ARTIGOS**

ABRIL 2023



## O CROCODILO E O RATO<sup>1</sup>

Há quem diga que alguém que se deita no divã do psiquiatra faz com que se estenda consigo um crocodilo e um rato. Nós trazemos connosco, desde há quinhentos milhões de anos, os comandos cerebrais dos répteis que agiam sobre a corrente sanguínea, a alimentação e a sexualidade. Só há dois ou três milhões de anos o cérebro do mamífero se tornou na máquina complexa que é hoje. Dizer que essa máquina prodigiosa e apta às mais sofisticadas adaptações pode ser afectada por qualquer coisa como a televisão, é absurdo se não for ridículo. Mas é certo.

A minha geração nasceu com a televisão. Foi em 1920 que ela foi inventada, ainda que só depois da Segunda Guerra Mundial fosse comercializada e entrasse nas nossas casas. Primeiro, nos meios mais tradicionais da burguesia foi recebida com reservas, e relegada para as cozinhas essa cultura espúria cuja hiperactividade estava ainda a dar os primeiros passos. Em breve a televisão se manifestou como uma máquina de influenciar e de servir os interesses dos produtores do que não é necessário. A publicidade tomou conta da televisão, produzindo uma realidade artificial mas nem por isso completamente obscura. A mente humana não se obscurece facilmente. O crocodilo está lá para velar pela corrente sanguínea e pelas primordiais vozes da vida orgânica.

Alguns de nós se lembram daquelas preciosas sugestões da publicidade da época: a senhora esbelta, com o vestido de riscas preto e branco. O génio do anúncio estava em que o

<sup>1</sup> Este artigo corresponde à palestra proferida, a 20 de Novembro de 2003, no âmbito dos Encontros do Porto 2003, organizados pela Associação Comercial do Porto e dedicados ao tema «Na idade da televisão: o impacto social, cultural e político do fenómeno televisivo».

preto e branco interferia na nossa experiência da cor e estimulava a atenção. Ninguém podia deixar de associar Kodak a essa mulher elegante, sóbria, que actuava sobre os nossos centros de energia – a cor como coisa perdida e que se pretende encontrar. A fotografia precisa de luz; aquela mulher sugeria que a luz estava escondida naquela pequena caixa e que dependia de nós descobri-la. Como génese da publicidade não podia ser mais eloquente nem mais adequado para confiarmos nela de olhos fechados. Cegamente.

Outro exemplo é o do pequeno fox-terrier, atento à «voz do dono» que aparentemente soa no gramofone. Ainda hoje a televisão não atingiu a magia da voz do dono. O facto de nos sentarmos no espaço escuro faz, ao contrário do que se pensa, que se entre nessa maravilhosa cultura do inconsciente. A televisão alheia-nos do consciente, mas não destrói a experiência humana. Não é só para as plantas que a luz é uma forma de alimento. As pessoas recebem a luz por efeito de recordações estimuladas pelo inconsciente. Quando se julga que estamos a ser agredidos ou excitados por cenas altamente emocionais, o que se passa é que estamos a ser chamados por imperceptíveis campos visuais da infância onde a aprendizagem está arquivada, onde o tempo não a pode destruir ou deformar. O inconsciente não decorre no tempo; não há tempo no inconsciente. O ser humano não se interessa tanto assim por fazer de tudo um acto consciente. Ele só aproveita o que vai tornar a sua corrente sanguínea equilibrada. O botão de comando da televisão não vai apressar os seus movimentos nem intervir na sua energia vital. Quanto mais um espectáculo é vulgar, mais escorrega na pele e não deixa marcas. Nisso a televisão é boa condutora da vulgaridade; mas não é mais do que isso. O tom de comando de que nenhum apresentador está isento não é tomado como real; acentua o tom de brincadeira que é próprio das coisas inventadas, permitidas porque são inventadas. As guerras, as notícias catastróficas, fazem parte da diversão, não entram na memória como um tropeção dado numa pedra. Esse sim, é real, e faz-nos gritar e culpar a própria pedra.

É uma espécie de loucura querer substituir a vida natural, os laranjais carregados de frutos, as searas dobradas pelo vento, o nascer do sol e a claridade das estrelas, por um ecrã onde o que se passa não tem que ver com a sobrevivência. Há pessoas educadas que nunca viram laranjas nas laranjeiras nem sabem que as castanhas nascem dentro de ouriços. Não são infelizes por isso, a não ser que alguém interfira para lhes provar que estão erradas. Estar em erro é uma interrupção das nossas capacidades. Perecemos pela informação que não actua no nosso cérebro; ele continua a ter a percentagem de neurónios que convêm à sua vida. Quinhentos milhões de anos nos separam dessa vida, mas se o tempo não existe no inconsciente, quinhentos milhões de anos não são nada. E o crocodilo pode bem deitar-se no divã do psiquiatra connosco e dar sinais duma realidade que a televisão não altera, não move, não influencia. O facto de cedermos à publicidade não quer dizer que necessitemos dela. É um jogo, não uma aprendizagem.

Pierre Bourdieu, um dos mais conceituados animadores do que ele chama o ideal colectivo, levanta o problema dos média duma forma mais profunda do que o habitual. Onde está a cumplicidade entre a estrutura da imprensa e o público? – perguntam-lhe, numa entrevista. A imprensa, que já foi chamada «os novos cães de guarda», não age apenas aproveitando o desprevenido consumidor. Ao actuar como um factor de hipnose, a natureza invisível da imprensa tem por ela, de antemão, a cumplicidade do público. Não esqueçamos que o crocodilo está presente na forma mais arcaica das suas funções vitais muito anteriores à consciência. As funções fisiológicas e vitais do homem, do público da televisão, se me permitem dizer assim, são a

respiração, a circulação do sangue, a nutrição e a sexualidade. Todos os factos que apelam directamente a estas funções têm êxito garantido. Não é sem razão que as telenovelas fazem apelo às cenas de nutrição. Os personagens passam muito tempo a uma mesa bem servida e fora da realidade. Empanturram-se sobretudo de doçaria, que simboliza o apetite infantil. O sexo é muitas vezes representado numa forma delirante e abusadora que remete aos primeiros tempos da reprodução animal. O público está atento a estas chamadas dum passado armazenado nas suas grandes formações cerebrais, o cérebro reptiliano (o crocodilo), o sistema límbico de origem mamífera (o rato) e o neocórtex humano.

Comparando a atitude dum público vulgar e a dum público escolhido e que adquiriu uma cultura superior, vemos que não há grandes diferenças. Tudo confina com o desejo de encontrar a harmonia com o mundo. Um intelectual vê esse poder na literatura e pretende fazer reflectir os seus leitores no que ele considera os caminhos da salvação para uma sociedade em declínio, se não corrupta. Dificilmente se adapta a um programa televisivo, seja o caso-do-dia em estilo de diversão, seja a forma de opressão simbólica que é a publicidade e o sentimento de bolso; ou seja: a moral para os pusilânimes de opinião. Tanto o solitário pensador como o homem que preza o seu destino, bom ou mau, não arrisca uma hora de vida para ver televisão. Mas há uma inteligência da televisão. Aquele que por nada no mundo se quer reconhecer como criminoso, ou alguém que participa num erro, encontra em certas ofertas da televisão a companhia do absurdo do seu próprio ser. O letrado é um vicioso, como o jogador e o drogado. Não é atraído pela sensação de actualidade tão necessária ao público, tanto do jornal como da televisão. Dantes formava-se uma multidão seguidora numa ideia por meio da sugestão e o contágio sem contacto. A formação dum público é mais complexa. Multidão e público são coisas diferentes. A multidão é em parte crédula, o público é em parte céptico. Encontramos ainda aspectos da multidão apocalíptica nos traços dum público que se internacionaliza. Os públicos religiosos, científicos, públicos da moda e da arte, são internacionais. Mas em cada um deles subsiste a alma do lugar, ainda que sob o nome de democracia sentimental.

Os programas da televisão são muitas vezes acusados de ser deseducativos. Em grande parte o campo da família transitou para a televisão. A geração do tabuleiro é assim chamada porque a criança come no quarto, diante da televisão que é só dela e sobre a qual tem perfeita liberdade de escolha. A instituição tradicional e fechada da família não lhe faz falta, porque afinal não condizia com os seus ideais. Era gente mandona, vulgar, que se vestia mal e não tinha apresentação. Era ignorante e em muitos casos era ridícula. As mães elegantes e jovens fazem parte da televisão e não da vida real. O público é ateu, mesmo quando se liga a um princípio místico. A religião é açucarada, tudo é uma maneira de «aspirar o chá através do açúcar», como diz Dostoievski. O mundo do luxo é uma nova descoberta, e a sua publicidade, que era interdita, começa a ser exercida sobre o continente dos que trabalham para que estes gastem mais. Declara-se a senilidade precoce que se manifesta nos sentimentos melancólicos e na depressão dos falsos doentes. A televisão faz convergir a frustração em todos os aspectos. O reformado pobre e a criança mal-amada. Todavia, aquele que tem um objectivo pode dizer-se que dispensa a comunicação; o homem de ideias ou o jogador ou o alcoólico, por exemplo, não vêem televisão. O adulto não vê televisão ou não necessita dela.

A comunicação-mundo parte de agora. Ela pertence à ideologia do progresso e pode-se dizer que surgiu quando as ordens contemplativas se tornaram mendicantes e pregadoras. A televisão tem esse carácter mendicante e pregador, mas no sentido efémero. A lei dum apoio mútuo que parece fortalecer cada vez mais o tecido comunitário, e sempre proclamada nos programas mais populares

da televisão, é, no entanto, ilusória. O homem permanece solitário e anti-selectivo. Gosta da sua anarquia pessoal, apesar de seguir uma ordem que tem de bom ser passageira, como a televisão demonstra. Desligar um botão coincide com o desejo de ficar só e ser indiferente a toda a organização de vida social. O grande sucesso da televisão reside nesse acto mortífero que é aniquilar o outro, seja uma multidão ou um simples apresentador de programas. É a campanha do mandarim de que fala Eça de Queirós. Apaga-se a voz, destrói-se a identidade que nos seduz ou hierarquiza a verdade que aprendemos, ou simplesmente nos comove e debilita.

A televisão não tem tanto poder sobre nós como se pensa. O que nós amamos nas máquinas é o facto de dependerem de nós. É certo que, no mais obscuro dos vasos capilares, quase ao nível dum diminuto acidente cerebral, o homem teme estar a servir de receptáculo duma nova forma de consciência. Não se sabe se a máquina não atinja um sentido extracorporal ao homem, e então não será a criança de cinco anos a ligar e desligar a televisão, mas ela própria, a máquina, se encarrega de criar os programas e permitir a visão dum público adequado. Para já vemos como a imaginação humana se tornou repetitiva como um velho disco partido. Quem será o criador, depois disto? O homem ou a máquina?

A influência da televisão sobre o comportamento político é difícil de apreciar, disse Jean-Pierre Esquenazi no seu livro sobre a televisão francesa de 1958 até 1990. Os votos não se regem pela televisão nem pelos inquéritos de rua, nem pelos conflitos que parecem fazer História. O público é digamos que completamente ausente da experiência dos outros. A não ser que as actividades de reconhecimento entre as pessoas se produzam. E o teste de comunicação seja de facto aprovado. Sempre de forma transitória, bem entendido.

Nós não somos animais gregários. Somos dotados de maleabilidade surpreendente que quase automaticamente vamos exercitando para melhor evitar o declínio e a morte. Sabemos que o exercício das nossas faculdades cerebrais evita as doenças mentais. As nossas faculdades mentais estão em acordo com tudo o que agride ou salva o ser humano. Não é, portanto, difícil perceber que as forças do mercado não afectam a habilidade de viver. A televisão é uma realidade à distância, o que parece diminuir o factor de risco que é a vida real. Por isso é bem recebida e indispensável até. Mas não nos engana, só nos ilude. Mais uma vez lhes falo de Dostoievski, que nos diz assim: «Contudo, devido a uma estranha astúcia, quase que animal, lembrou-se, de repente, de dissimular, por agora, a sua força, fingir, mostrar, se fosse preciso, que não compreendia e, entretanto, ouvir, a ver o que acontecia». Isto é tudo.

## **OS MEDIA E A EUROPA – O SISTEMA MEDIÁTICO DA UNIÃO, A SOCIEDADE CIVIL E A IDENTIDADE EUROPEIA\***

Meio século após o arranque das primeiras instituições da futura União Europeia (UE), poder-se-á dizer que se assistiu a uma europeização dos media? Terão eles adquirido uma dimensão europeia em termos de empresas, de conteúdos editoriais ou de públicos?

Por outras palavras: terão os media ultrapassado o quadro nacional em termos de estruturas de propriedade e de propagação das suas audiências? Ter-se-á assistido à sua homogeneização, a uma aproximação das suas fórmulas? Ganhará a actualidade do espaço europeu maior importância do que antes, com uma abordagem menos nacional, tendo a percepção do estrangeiro sido recuada para além das fronteiras da União? Ter-se-á desenvolvido uma colaboração estreita entre redacções e produções de diferentes origens nacionais? Ter-se-ão os cidadãos tornado naturalmente consumidores de media e de conteúdos provenientes dos outros países da União ou terão eles ficado indefectivelmente presos aos do próprio país<sup>1</sup>?

\* Tradução do francês por Sónia Andrade e Teresa Barrau, revisão do autor.

<sup>1</sup> Sobre temas conexos, ver:

J.-M. Nobre-Correia, «Formes et limites du paysage médiatique européen», in F. Féron e A. Thoraval (dir.), *L'État de l'Europe*, Paris, ed. La Découverte, 1992, pp. 285-292.

J.-M. Nobre-Correia, «Les multiples pratiques du public», in F. Féron e A. Thoraval (dir.), *L'État de l'Europe*, Paris, ed. La Découverte, 1992, pp. 292-296.

J.-M. Nobre-Correia, «Bélgica: anfitriones y convencidos», in *Los Medios en la construcción de la unidad europea*, Madrid, ed. Fundesco, 1993, pp. 95-100.

## A caminho da desmonopolização

Num «mercado comum» emergente, o proteccionismo (legal ou pelo menos político) colocou durante muito tempo a imprensa nacional ao abrigo das cobiças estrangeiras, enquanto a rádio e a televisão viviam quase sempre em regime de monopólio nos países da União a quinze.

Curiosamente, apenas o Portugal salazarista e a Espanha franquista viviam numa situação legal de pluralismo radiofónico (mesmo se no caso espanhol só os noticiários da rádio pública eram autorizados e obrigatoriamente difundidos por todas as rádios do país), enquanto a França e a Itália conheciam um pluralismo de facto, com «rádios periféricas» emitindo do exterior das suas fronteiras para as suas populações: *RTL*, *RMC*, *Europe 1* e *Sud Radio*, para a França<sup>2</sup>; *RMC* e *Radio Capo d'Istria*, para a Itália.

Em matéria de televisão, apenas dois países da Europa dos quinze dispunham de um sistema plural dual: o Reino Unido, com a pública *BBC* e a privada *ITV* (criada em 1955), e a Finlândia, com a pública *YLE* e a privada *MTV* (criada em 1957). Na Alemanha, duas instituições públicas ocupavam o espaço: a *ARD* (ela própria uma federação de estações regionais) e a *ZDF* (criada em 1963)<sup>3</sup>.

Fruto de mutações tecnológicas de fundo e de um novo contexto político propício às iniciativas privadas, a desmonopolização do audiovisual operada a partir dos anos 1970 provocou uma abertura do sector dos *media*. Uma vaga de fundo favorecida a partir de 1993 pela afirmação de um «mercado único» que deixa pouco espaço aos proteccionismos<sup>4</sup>. Desde logo, pouco a pouco, as tomadas de participação europeias no capital de empresas de *media* foram ganhando amplitude. Sobretudo na imprensa magazine e na televisão, mais modestamente na rádio e na imprensa diária.

Herdeira duma história que remonta ao século XIX e que faz dela o cadinho privilegiado da «grande actualidade» e dos grandes debates sobre o futuro da sociedade, a imprensa diária pouco europeizou as suas estruturas de propriedade. Este movimento é porém perceptível aqui e além. Quer se trate do controle do francês *France-Soir* pelo editor italiano Poligrafici (que publica nomeadamente o diário *Il Resto del Carlino*, em Bolonha), do espanhol *El Mundo* pelo italiano RCS (*Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport*, em Milão), do neerlandês *Het Parool* pelo belga De Persgroep (*Het Laatste Nieuws* e *De Morgen*), do britânico *The Independent* pelo irlandês *Independent Newspapers (Irish Independent)* ou até dos portugueses *A Capital* e *O Comércio do Porto* pelo espanhol *Prensa Ibérica* (que edita treze diários regionais no seu país de origem).

J.-M. Nobre-Correia, «Le Paysage médiatique européen au lendemain de la déréglementation», in *La Presse pouvoir en devenir*, Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles, 1996, pp. 271-285.

J. M. Nobre-Correia, «Una Europa a la búsqueda de unos medios de comunicación europeos», in *Comunicación social 1994 Tendencias*, Madrid, ed. Fundesco, 1994, pp. 203-208.

J.-M. Nobre-Correia, «Um pluralismo singular», in *Le Monde Diplomatique*, Porto, nº 3, Junho 1999, pp. 1-2.

J.-M. Nobre-Correia, «Culture et société au temps de la transnationalisation et de la localisation des médias», in *Les Nouvelles stratégies des medias: convergence ou concurrence?*, Düsseldorf, Europäisches Medieninstitut, 1998, pp. 70-73.

<sup>2</sup> O Estado francês era porém accionista da primeira por intermédio de Havas e de Paribas (nacionalizados) e das três últimas por intermédio de Sofirad (uma holding do Estado).

<sup>3</sup> Ver a este propósito J. M. Nobre-Correia, «Un paysage de médias dynamiques», in A. M. Le Gloanec (dir.), *L'Etat de l'Allemagne*, ed. La Découverte, Paris, 1995, pp. 270-275.

<sup>4</sup> Mesmo se os *media* constituem um dos três sectores em que cada Estado membro pode impor certas restrições. A União Europeia obteve aliás da Organização Mundial do Comércio que esta aceite o princípio de uma «excepção cultural» que permite aos Estados membros da UE regular a entrada nos seus mercados interiores dos «produtos culturais» provenientes do exterior.

O caso mais marcante é porém o do britânico *Pearson*, que, para além do *Financial Times*, controla o alemão *Financial Times Deutschland*, o espanhol *Expansión*, o francês *Les Échos* e o português *Diário Económico*. Sem esquecer as vinte e cinco edições do gratuito *Metro* que o sueco MTG (*Modern Times Group*) fez nascer em onze países europeus<sup>5</sup>...

Outros exemplos de participações minoritárias e não operacionais existem. É o caso do francês *Socpresse* (editor de *Le Figaro*) que detem 40 % do grupo belga *Rossel* (*Le Soir* e *Sud Presse*), que está ele próprio presente a 33,3 % no francês VNI (*La Voix du Nord*, de Lille). Enquanto o espanhol *Vocento* (que publica *ABC* e *El Correo Español*) controla 6 % do grupo francês Sud-Ouest (de Bordéus), sendo que este detém 6,5 % numa das sociedades que deram origem àquele (o grupo *Correo*).

## Situações contrastadas

Porque a língua nela desempenha um papel essencial, a europeização da rádio é no fim de contas relativa. A dimensão musical, largamente dominante na maioria das estações nascidas na sequência das «rádios livres» dos anos 1970, favoreceu no entanto a implantação de estações fora das fronteiras nacionais. Sobretudo quando a programação delas é estabelecida por computador, limitando-se a intervenção humana ao estritamente indispensável. Os luxemburgueses RTL Group (controlado pelo alemão Bertelsmann) e SBS Broadcasting (do norte-americano Liberty Media), os franceses Lagardère Active (que detém nomeadamente *Europe 1*) e NRJ Group, os britânicos GWR (DM&GT) e News International (da australiana News Corporation, grupo de Rupert Murdoch) ocupam assim posições mais ou menos importantes em diferentes países da União.

A sedução da imagem junto dos espectadores e dos anunciantes suscitou muito cedo uma europeização da televisão. Grupos como os luxemburgueses RTL Group e SBS Broadcasting, o britânico BSkyB (News Corporation), o italiano Mediaset (Fininvest, de Silvio Berlusconi) e, mais modestamente, os franceses Bouygues e AB Group implantaram-se noutros países. Enquanto o Canal Plus, que dominava até há pouco a televisão por assinatura («pay tv») na Europa Continental, retirou-se pouco a pouco para França, na sequência das dificuldades encontradas por algumas das suas filiais (nomeadamente em Itália)<sup>6</sup> e dos sabores da Vivendi Universal, seu proprietário, em 2002. A falência do alemão Kirchgruppe, também em 2002, levou ao seu desaparecimento dos outros países da União.

É na imprensa periódica (não diária) que a europeização é mais antiga e mais evidente. Grupos como os franceses Hachette Filipacchi (Lagardère) e Marie-Claire, os alemães Bertelsmann, Bauer, Burda e Axel Springer, o britânico Emap, o finlandês Sanoma, o italiano RCS ou o sueco Bonnier publicam numerosos títulos fora dos seus países de origem. Em França, Emap e Bertelsmann tornaram-se o segundo e terceiro editores de magazines com, respectivamente, 44 e 19 títulos<sup>7</sup>, enquanto a Hachette Filipacchi está fortemente presente em Espanha, onde é o primeiro editor de magazines (24 títulos), e em Itália (27 títulos)<sup>8</sup>.

<sup>5</sup> Dados de Fevereiro de 2004.

<sup>6</sup> Em 2002, a dívida do Groupe Canal Plus atingia 5,1 mil milhões de euros (*Le Monde*, Paris, 20 de Abril de 2004, p. 32).

<sup>7</sup> Dados de Fevereiro de 2004.

<sup>8</sup> Dados de Fevereiro de 2004.

## Particularismos tenazes

Terá esta europeização rastejante tido repercussões sobre os conteúdos editoriais? A situação é relativamente contrastada. Os diários continuam muito fortemente marcados pelas características nacionais deste *media*, inclusive no plano do grafismo. As tentativas de exportação de fórmulas de sucesso, tais como a do alemão *Bild Zeitung* para Espanha, com *Claro*, em 1991, falhou, enquanto que o *Fakt*, lançado em 2003 na Polónia, é um sucesso. As grandes excepções são as dos gratuitos (o sueco *Metro* e o norueguês *20 Minutos*), que obedecem a um conceito editorial novo e, sobretudo, a uma atitude comercial inovadora.

Em rádio e em televisão, os conceitos de sucesso são mais ou menos copiados noutros países, embora se lhes acrescente uma pitada de particularismo nacional na forma de conceber o tratamento da informação ou a animação das emissões.

A dominante musical favoreceu globalmente a ascendência da música anglo-saxónica na paisagem radiofónica europeia. Apesar de, contrariando esta tendência, haver outras rádios que fazem da música nacional a especificidade do seu posicionamento (como *Radiolé* e *Canal Fiesta Radio*, em Espanha, ou *Solo Musica Italiana*, em Itália, por exemplo). Certas legislações impõem, aliás, quotas de música nacional<sup>9</sup> e até conceitos de programação que travam o rolo compressor anglófono. Isso não impede que a música oriunda dos outros países europeus — salvo alguns sucessos muitas vezes promovidos pelas próprias estações de rádio e televisão — esteja praticamente ausente dos *media* audiovisuais da União.

Para além desta explosão musical, um outro tipo de programas ganhou terreno na rádio, um pouco por toda a parte: o das emissões ditas interactivas e das «antenas livres» onde os ouvintes, graças ao telefone, têm a possibilidade de intervir em directo, de dialogar com os animadores e os convidados, de eventualmente os interpelarem, ou de participarem nos jogos que lhes são propostos. Mas tais trocas só ultrapassam as fronteiras nacionais para se confinarem à da região linguística.

Com nomes diferentes, encontramos os mesmos concursos televisivos («*O Preço justo*», «*Quem quer ser milionário?*», «*O Elo mais fraco*», «*Tudo ou nada*») e as mesmas tele-realidades («reality shows»: «*Big brother*» e «*Academia das estrelas*») um pouco por toda a parte, nos diferentes países de Europa. Tanto mais que estes géneros de emissões têm na maioria dos casos como origem a neerlandesa Endemol (da espanhola Telefónica), a britânica Fremantle Media (do alemão Bertelsmann) ou as filiais de uma e de outra, mesmo se os conceitos se inspiraram praticamente todos nas televisões dos Estados Unidos. Na melhor das hipóteses, os produtores limitam-se a acrescentar um quadro de referências nacionais, nomeadamente na formulação das perguntas de cultura geral.

De resto, as emissões de divertimento traduzem fortemente a marca nacional. Em França, as emissões de variedades são centradas numa ou em várias vedetas convidadas. Na Alemanha, caracterizam-se, antes de mais, por um género «kermesse» em que a participação do público é obrigatória. Na Itália, tomam frequentemente ares de uma reunião de vizinhos, onde cada qual tenta colocar-se em evidência, num ambiente geral de sensualidade que não esquece no entanto a indispensável referência aos princípios morais da Igreja Católica...

<sup>9</sup> É nomeadamente o caso da França, onde uma lei de 30 de Setembro de 1986 estabelece as proporções de canções francesas que as estações de rádio são obrigadas a difundir.

## Os rolos compressores

Este desenvolvimento dos mesmos conceitos de emissões televisivas nada tem de especificamente europeu, ocorrendo o mesmo fenómeno no resto do mundo. Uma situação que voltamos a encontrar com o domínio dos filmes e tele-filmes hollywoodianos na programação das televisões europeias: em 2001, 88 % dos programas de ficção e 93 % dos filmes programados pelas televisões britânicas eram produções ou co-produções originárias dos Estados Unidos; em Itália, estes números eram respectivamente de 69 % e 75 % ; e em França atingiam os 68 % e 67%<sup>10</sup>. Só as restrições legais previstas nesta matéria levam a que seja reservada às cinematografias de Europa um espaço limitado nas grelhas de programação. O que não impede que só a França atribua à sua cinematografia um lugar importante na programação das suas televisões, tal como sucede, aliás, nas suas salas de cinema<sup>11</sup>.

A europeização é mais evidente em matéria de imprensa magazine. Sobretudo nos magazines femininos, certos títulos, tais como *Elle* e *Marie-Claire*, tendo conseguido mesmo impor a sua marca um pouco por todo o lado. Mas isso é igualmente verdade nos magazines do automóvel (*Auto Bild* : 8 edições na UE), nos dirigidos aos homens ou nos consagrados às vedetas. Embora os conteúdos não sejam idênticos de uma edição nacional para outra, tendo cada editor a preocupação de a adaptar às particularidades do seu público, às suas referências culturais, aos seus estilos de vida e aos seus hábitos de consumo.

O excessivo espaço dado à música anglo-americana e ao cinema de Hollywood também se verifica na informação proposta aos cidadãos europeus. As agências (sobretudo a *Associated Press*) e os media de informação geral dos EUA impõem geralmente sem dificuldade as suas «agendas», as suas hierarquizações e leituras da actualidade no mundo. O mesmo sucede em matéria de informação económica e financeira (com as agências *AP Dow Jones*, *Bloomberg*, *Thomson*, embora a britânica *Reuters* assuma neste domínio um papel considerável). E o único sector que escapava a esta regra, as agências fotográficas, está também ele a passar para a alçada de interesses norte-americanos (*Corbis*, de Bill Gates, e *Getty Images*), desde os finais dos anos 1990. É verdade que a *Eurovisão* continua a ser uma instituição importante em termos de informação televisiva (em 2003 realizou mais de 30 mil trocas de informação entre as estações membros<sup>12</sup>), mas as norte-americanas *AP TV* e *CNN* dominam no fornecimento de imagens (e de comentários) a partir do momento em que a tensão na cena política mundial aumenta.

Em matéria de informação, existe uma pequena europeização: a das colaborações redactoriais entre diários e entre periódicos. Por vezes muito antigas, estas colaborações são relativamente limitadas e traduzem geralmente uma simples relação de fornecedor de «peças» ao cliente, de publicação que dispõe de meios editoriais importantes a publicação mais modesta, feliz em poder retomar «peças» de um ilustre confrade. Mas, ainda nestes casos, encontram-se com maior frequência na imprensa europeia «features»<sup>13</sup> provenientes dos «syndicates»<sup>14</sup> norte-americanos

<sup>10</sup> Observatoire Européen de l'Audiovisuel, Estrasburgo, 28 de Janeiro de 2003.

<sup>11</sup> Segundo dados oficiais, os países da UE produzem mais filmes do que os Estados Unidos, enquanto que 75 % das receitas dos cinemas europeus têm por origem os filmes estados-unidenses (*Europa, le portail de l'Union européenne*, 26 de Março de 2004).

<sup>12</sup> *El País*, Madrid, 26 de Março de 2004, p. 77.

<sup>13</sup> Termo inglês que designa um artigo redigido num estilo magazine, tratando geralmente de um tema de actualidade não imediata.

<sup>14</sup> Termo inglês que, neste caso, designa uma agência que propõe a *media* não concorrentes a aquisição de textos ou de fotos que outro *media* acaba de publicar em primeira mão.

(*NYT, LAT, WP,...*) do que de publicações de outros países da União. Mesmo se está longe de ser insignificante o impacto de alguns grandes diários de referência e «newsmagazines» europeus noutros títulos da UE.

## A verdadeira europeização

Mas será que o público se afastou dos *media* do seu país, aproximando-se dos *media* europeus? Não: o público continua a preferir sempre os *media* do seu país ou, pelo menos, os da sua região linguística. Se nos abstrairmos dos *media* declinados em edições nacionais, só algumas publicações anglófonas conseguem atingir um público transeuropeu. O caso mais notório é o do *International Herald Tribune*, cuja sede se encontra em Paris: publica nove edições na Europa e, desde 1997, edita uma série de suplementos nacionais em inglês realizados por um dos diários de referência do país, passando a ser, desde Janeiro de 2003, a edição internacional do *New York Times*.

Outros títulos desempenham igualmente um papel importante. Como por exemplo os britânicos *Financial Times* (cuja difusão paga, em Dezembro de 2003, eram de 140 266 exemplares no Reino Unido e na Irlanda, e de 143 717 na Europa continental) e *The Economist* (146 754 exemplares para a edição Reino Unido e Irlanda, 187 017 para a da Europa continental, em 2003), e, numa escala mais reduzida, *The Guardian* (38 780 na Europa continental)<sup>15</sup>. Mas também os norte-americanos *Wall Street Journal Europe* (sediado em Bruxelas), *Time*, *Newsweek* e *Business Week*, três semanários que publicam edições destinadas à Europa e até mesmo edições nacionais específicas (como *Newsweek* na Polónia e, em breve, na França).

O mesmo acontece em televisão, com as britânicas *BBC World*, *BBC Prime* e *Sky News*, e as norte-americanas *CNN*, *MTV*, *Discovery*, *National Geographic* e algumas outras. Algumas excepções a esta preponderância anglo-estado-unidense: as francesas *TV 5*<sup>16</sup>, *Euronews*<sup>17</sup>, *Eurosport* (Bouygues) e *MCM* (Lagardère), enquanto a franco-alemã *Arte*<sup>18</sup> consegue atingir um público mais vasto do que o da sua própria audiência, graças a acordos diversos com televisões de outros países.

Só as televisões musicais e desportivas conseguem porém atingir uma audiência significativa noutros países: a maioria dos programas das primeiras como os das segundas não exigem um conhecimento da língua em que emitem, enquanto as televisões de informação permanente só vêm as suas curvas de audiência estremecer em períodos de crise internacional grave.

## A hierarquização da informação

Após meio século de vida comum, o aspecto mais preocupante é, contudo, o da hierarquização da informação praticada pelos *media*. É verdade que estes dão grande importância às cimeiras dos

<sup>15</sup> Fonte: ABC.

<sup>16</sup> *TV 5*, cuja sede se encontra em Paris, é detida pela France Télévisions (47,38 %), a Arte France (12,50 %), o Consortium de Télévision Québec Canada (11,10 %), a belga RTBF (11,10 %) e a suíça SSR (11,10 %).

<sup>17</sup> Após diversas mudanças de accionistas, *Euronews*, cuja sede se encontra em Lião, é actualmente detida por dezanove televisões públicas europeias.

<sup>18</sup> *Arte*, cuja sede se encontra em Estrasburgo, resulta de um tratado entre o Estado alemão e o Estado francês.

chefes de Estado e de governo, bem como às numerosas maratonas de negociação em Bruxelas e, algumas vezes mesmo, aos debates no Parlamento Europeu : porque os seus responsáveis nacionais participam numas e noutros. Em contrapartida, o que se sabe da vida económica, cultural ou social nos outros países da União Europeia? Que país da UE concede aos outros países membros a importância que outorga aos Estados Unidos e a Israel<sup>19</sup>? Que se sabe da vida quotidiana nos «grandes países» da União Europeia? Isto para não falar dos «pequenos países» que vivem na zona cinzenta do esquecimento...

Uma questão fundamental se põe desde logo: poder-se-á conceber a emergência de uma sociedade civil europeia e a afirmação de uma identidade europeia, quando os *media* não privilegiam de forma alguma a actualidade do espaço europeu? Quando grande parte dos conteúdos culturais por eles veiculados provém de fora? Quando permanecem maioritariamente indiferentes às realidades históricas e sócio-culturais dos outros países membros da UE? Quando os confrontos de ideias entre personalidades de horizontes nacionais diferentes são raras? *Arte* e *Euronews* – cada uma à sua maneira – escapam a estas regras, mas atingem níveis de audiência demasiado modestos para que os editores privados possam sonhar em inspirar-se nelas.

Numa União Europeia em que a economia de mercado é largamente dominante, em que os *media* de serviço público passaram a ser globalmente minoritários, poder-nos-emos espantar com o facto de os editores estarem mais preocupados com a rentabilidade a curto ou médio prazo do que com projectos cujas incidências são longínquas e problemáticas? Podemos surpreender-nos ao verificar que não seja para eles uma prioridade trabalhar na construção de agências europeias de informação (e não nacionais, como o são as mundiais *AFP* e *Reuters*, bem como as transnacionais *DPA*, *Ansa* e *Efe*) presentes em todos os domínios do campo jornalístico? Deveremos estranhar que conceber estruturas europeias de produção e de distribuição de obras de ficção lhes pareça temerário? Será legítimo criticar que lhes pareça particularmente arriscado erguer-se acima do nível geral, levando os seus *media* a ultrapassar o seu «quintalzinho» e a alargar os seus horizontes em direcção de outras paragens da União?

## O acentuar das tendências

O «mercado único» está a avançar, rumo ao sucesso, ao que pretendem os observadores optimistas. Sucederá o mesmo com a Europa política, social e cultural? Nada parece menos certo. Três factores são aliás de natureza a acentuar a evolução actual dos *media*. Na nova União Europeia a vinte e cinco, seremos obrigados a constatar o importante peso adquirido pelos grupos dos EUA nos *media* da antiga Europa de Leste. Este peso é particularmente evidente nas redes de cabo, sector em que, na Europa a quinze, os grupos norte-americanos (*Liberty Media*<sup>20</sup>, *Callahan*<sup>21</sup>) estão igualmente em expansão desde há alguns anos — e quem controla as redes controla os conteúdos que aí terão direito de acesso. Por último, a conjugação das telecomunicações e da informatização

<sup>19</sup> A diferença abissal de importância dada ao 11 de Setembro de 2001 nos Estados Unidos e ao 11 de Março de 2004 em Espanha pelos *media* europeus é particularmente significativa desta clivagem...

<sup>20</sup> Em Março de 2004, Liberty Media tomou o controle do cabo-operador francês Noos, detido até então por Suez. Na Bélgica, Liberty Media controla o operador UPC, presente em Bruxelas e em Lovaina.

<sup>21</sup> Na Alemanha, por exemplo, Callahan controla duas das novas redes regionais de cabo.

favoreceu a comunitarização (confessional, étnica ou linguística) do consumo dos media: quando antes constituíam um poderoso factor de integração das populações alienígenas nos países de acolhimento, os *media* favorecem actualmente uma segmentação das práticas socio-culturais que só podem reforçar a tendência para a constituição de «guettos».

A vinte e cinco, os próximos tempos têm grandes probabilidades de ficarem marcados pelo enfraquecimento dos mecanismos que poderiam ter contribuído para a emergência de uma sociedade civil e de uma identidade europeias. Mas, na lógica de mercado que os governa, poderiam os *media* agir de outra forma?...

## Bibliografia

- Associação Mundial dos Jornais, Paris: <http://www.wan-press.org>  
Barberio R. et Macchitella C., *L'Europa delle televisioni*, Bologne, Il Mulino, 1992.  
Humphreys P. J., *Mass media and media policy in Western Europe*, Manchester, MUP, 1996.  
Observatório Europeu do Audiovisual, Estrasburgo: <http://www.obs.coe.int>  
Ostergaard B. S. (dir.), *The Media in Western Europe*, Londres, Sage, 1997.  
*Radio 2002*, Paris, IP, Novembro 2002.  
*Television 2003*, Paris, IP, Outubro 2003.

## **DEMOCRACIA, COMUNICAÇÃO E NEGÓCIO: O CRESCIMENTO DESMESURADO DA CONCENTRAÇÃO ECONÓMICA\***

### **Introdução**

Neste artigo passa-se em revista a evolução da concentração das indústrias culturais e comunicativas que, ao longo do tempo, foram adquirindo um maior protagonismo na vida política, cultural e económica das sociedades, especialmente das mais desenvolvidas. A inter-relação que se deu entre os regimes democráticos e os meios de comunicação, sobretudo desde o século XIX nos países liberais (embora com uma democracia mais restringida do que a actual), entrou em crise. Em traços largos, a crescente mercantilização da actividade cultural, comunicativa e de entretenimento coloca a questão de saber se os actuais macro ou mega grupos comunicativos e multimédia não têm um protagonismo excessivo, que de alguma maneira conviria controlar por parte dos Estados democráticos.

Os processos de industrialização e mercantilização das actividades culturais, comunicativas e de entretenimento surgiram nos anos trinta do século XIX nas cidades então mais desenvolvidas e importantes do mundo: Nova Iorque, Paris e Londres. Este modelo de implantação liberal e capitalista, que deu lugar ao que se conhece como «cultura e comunicação de massas», foi hegemónico no século XX, e acabou por impor-se em praticamente todo o planeta, exercendo um controlo do Norte sobre o Sul.

Como reacção, desde os países subdesenvolvidos, as tentativas fracassadas de estabelecer uma Nova Ordem Mundial da Informação e

**Daniel E. Jones**

Universidad Ramon Llull

InCom da Universidad Autónoma de Barcelona

\* Tradução de Carla Martins.

Comunicação no seio da UNESCO, nos anos setenta e oitenta, desencadearam uma série de conflitos internacionais graves que levaram, em 1984, à retirada dos Estados Unidos e do Reino Unido da organização. Mais recentemente, nos anos noventa, uma das formas de expressão do conflito entre «globalização» e «localização» deu-se com a «cláusula de excepção cultural», que opôs, no seio da Organização Mundial do Comércio, os Estados Unidos (e os países anglosaxónicos) e a França (e outros países latinos) devido à consideração do cinema como um produto mercantil e cultural, respectivamente (Petras, 1999; Vargas Llosa, 2000).

Não obstante, parece que as correntes críticas de pensamento no campo da cultura e da comunicação perderam força perante a explosão das novas tecnologias, a queda dos regimes de socialismo real e o triunfo do sistema capitalista à escala global. A aparente entrada na «sociedade da informação e do entretenimento» supõe muitos desafios de todo o tipo, entre os quais se encontra, sem dúvida, o novo papel que deveriam ter os grupos empresariais dedicados à produção e comercialização de bens e serviços culturais, comunicativos e de entretenimento, tanto em suportes tradicionais como, cada vez mais, digitais.

Por outro lado, os conceitos de «democracia» (desde a política), «comunicação» (desde a cultura) e «negócio» (desde a economia) estão cada vez mais interrelacionados nas sociedades desenvolvidas, devido à importância que, nas últimas décadas, adquiriram os grandes grupos empresariais dedicados à produção e comercialização de todo o tipo de produtos simbólicos e conteúdos. De facto, é difícil pensar que possam desenvolver-se de forma separada, já que as actuais democracias estão totalmente condicionadas pelas estratégias comunicativas e pelo papel chave dos meios de comunicação (tanto a imprensa como a radiotelevisão, e agora também a Internet), e estes são cada vez mais determinados pelos interesses estratégicos dos seus proprietários, na generalidade privados.

As tendências são de projecção mundial, já que os países desenvolvidos partilham pelo menos uma série de características comuns. Por isso, embora se dê uma visão geral (Barnow, 1997; Bogart, 2000; Musso, 2000; Turow, 1999; Vogel, 1998; Wolf, 1999), o artigo está orientado para explicar mais detalhadamente o que constituem particularidades específicas de Espanha (Díaz Nosty, 2000; Fernández-Santana, 2000; Reig, 1998; Zallo, 1995) e Catalunha (Corominas-Moragas, 2000), tanto pela herança franquista, pelo desenvolvimento industrial e económico tardio, pela integração na União Europeia e liberalização do mercado interno aos capitais estrangeiros, como pela recente expansão aos mercados exteriores, especialmente os latinoamericanos (García Canclini-Moneta, 1999; Jones, 2000).

## **Indústrias de conteúdos, culturais, comunicativas**

Os conceitos de «indústria cultural» (Bustamante-Zallo, 1988; García Canclini-Moneta, 1999; Getino, 1995; Zallo, 1995), «indústria da informação» (Unesco, 2000), «indústria da comunicação» (Biagi, 1999; Díaz Nosty, 2000; Laguna Platero, 2000; Reig, 1998; Sánchez Tabernero, 1993), «indústria do entretenimento» (Vogel, 1998; Wolf, 1999) e outras similares, como «indústria de conteúdos», «indústria do conhecimento», «indústria do ócio» ou «indústria do espectáculo», não deixam de ser bastante imprecisos, ambíguos e parciais, já que dependem sobretudo do ponto de vista que se adopte na análise.

Com efeito, embora se trate de indústrias nas quais intervêm diferentes classes de actores empresariais (públicos/privados; nacionais/transnacionais), que realizam diversos tipos de actividades (desde a concepção da ideia até à venda ou cessão ao destinatário ou consumidor final) e utilizam variados tipos de suportes (tradicionais ou digitais), estão intrinsecamente relacionadas entre si.

Por esta razão, os diferentes autores interessados nestes estudos desde as perspectivas económica e sociológica (da Escola de Frankfurt aos funcionalistas norte-americanos da Mass Communications Research nos anos 40) não chegaram a consenso quanto à delimitação do campo de estudo nem quanto aos diferentes elementos e segmentos que compõem estas indústrias, que fabricam em série mas que têm também uma grande parte de actividade artesanal ou de produção de protótipos (Jones, 1995).

Alguns autores limitaram-se a pôr o acento nos grandes meios de comunicação de massa (o sistema comunicativo ou mediático), isto é, a imprensa, a rádio e a televisão, e nalguns casos também a publicidade (Barnow, 1997; Bogart, 2000; Díaz Nosty, 2000; Fernández-Santana, 2000; Reig, 1998; Sánchez Taberner, 1993). Uns incorporaram algumas indústrias culturais importantes, como a cinematográfica, e outros ainda a editorial, a fonográfica e a videográfica (Biagi, 1999; Bustamante-Zallo, 1988; Corominas-Moragas, 2000; García Canclini-Moneta, 1999; Getino, 1995; Laguna Platero, 2000; Zallo, 1995). Não obstante, outros autores também consideraram «indústrias culturais» o teatro, a música, a dança, as artes plásticas e do espectáculo ou o património histórico, que acrescentaram às mais tradicionais e nalguns casos deficitárias (cinema, livro, disco), embora em nosso entender estas sejam de outro âmbito.

Por outro lado, diversos analistas centraram-se exclusivamente nas indústrias produtoras e comercializadoras de conteúdos simbólicos, apesar de outros terem também incluído as indústrias de suportes físicos, isto é, desde as artes gráficas à electrónica de consumo, passando pelas indústrias e serviços de redes de telecomunicações e, mais recentemente, telemáticas.

Nos últimos anos este panorama complexificou-se ainda mais devido ao desenvolvimento vertiginoso possibilitado pelas tecnologias multimédia. Por outras palavras, os mesmos tipos de conteúdos podem ser canalizados através de diferentes classes de suportes físicos, mas sobretudo digitais. Esta sinergia e integração tecnológica é acompanhada por uma interrelação profissional, industrial, financeira e mercantil, facto que deu lugar à constituição de grandes corporações (nacionais e transnacionais) dedicadas simultaneamente a produzir e comercializar diferentes tipos de conteúdos em formatos diversos e dirigidos a públicos heterogéneos e globais.

Por isso, um dos problemas mais graves com que nos deparamos ao procurar definir o âmbito dos «conteúdos» é o de saber onde começam e acabam, devido à diversidade de conteúdos simbólicos hoje transportados pelas redes telemáticas e pelos suportes multimédia. Estamos apenas a pensar em conteúdos de carácter «cultural» e «informativo» ou também noutros de tipo «educativo», «ócio», «desportivo», «comercial», «financeiro»?

Parece que as fronteiras entre estes âmbitos são cada vez mais confusas. Inclusivamente, quando falamos de «cultura», estamos a referir-nos a «cultura de elite» ou a «cultura de massas»? Na medida em que hoje em dia (e mais ainda num futuro próximo) as redes telemáticas transportam praticamente todo o tipo de conteúdos simbólicos (de carácter informativo, mercantil, cultural, entretenimento, científico, educativo, militar, político, administrativo, judicial, pornográfico, etc), deparamo-nos com uma grande dificuldade para estabelecer os limites, já que pareceria que vale tudo. Há, portanto, uma grande dificuldade no momento de definir o objecto de estudo.

## A comunicação como actividade mercantil

A tripla relação entre «democracia», «comunicação» e «negócio» não é certamente nova. Na terceira década do século XIX surgiram nos países mais desenvolvidos (mas com mais força nos Estados Unidos) os primeiros diários concebidos como empresas fundamentalmente informativas e comerciais. Referimo-nos ao *New York Sun* (fundado por Benjamin Day, em Nova Iorque, em 1833) e a *La Presse* (surgido em Paris, em 1836, depois de uma estada do seu fundador, Émile Girardin, nos Estados Unidos). Mas este tipo de imprensa, que afastou progressivamente a de carácter doutrinário, geralmente nas mãos dos partidos políticos burgueses ou revolucionários, foi-se impondo, por outras razões, por ser produzida de maneira industrial e concebida como actividade mercantil; portanto, vendida a baixo preço graças ao aumento das tiragens e à inclusão de publicidade comercial.

Esta mesma década do século XIX contemplaria também o aparecimento do telégrafo eléctrico (inventado por Morse nos Estados Unidos em 1837), do daguerreótipo (patenteado por Daguerre, em França, em 1839) e o surgimento da primeira agência de notícias (fundada por Havas, em Paris, em 1835) e da primeira agência publicitária (de Palmer, em Nova Iorque, em 1840). Estes avanços técnicos e profissionais (somados ao próprio desenvolvimento das artes gráficas e do papel) seriam determinantes para o crescimento espectacular da imprensa na segunda metade do século XIX como actividade já não apenas política e social mas também industrial e económica; por outras palavras, somando o lucro à influência social (Borrat, 1989).

Isto daria lugar à criação de empresas prósperas no campo da imprensa, o que facilitaria a constituição de grandes cadeias jornalísticas (como foi o caso de Hearst, nos Estados Unidos, no final do século, que praticou um tipo de jornalismo que adoptaria o nome de «sensacionalismo» ou «amarelismo», sem qualquer tipo de responsabilidade social e apenas interessada no lucro). Paralelamente, foram aparecendo as grandes empresas editoriais também concebidas como organizações modernas, como Bertelsmann, Meyer e Herder, na Alemanha, ou Hachette e Larousse, em França.

Devido ao crescimento das empresas, os mercados nacionais foram ficando cada vez mais pequenos, pelo que aquelas tiveram de começar a exportar ou a instalar filiais noutros países. Por exemplo, já no início do século XX, Hachette estabeleceu sucursais em Barcelona e em Buenos Aires. No entanto, só depois da Segunda Guerra Mundial a expansão transnacional se converteria numa estratégia inevitável para os grandes grupos das indústrias de conteúdos, tanto impressos como audiovisuais.

Com um certo atraso comparativamente às grandes capitais jornalísticas do mundo (Paris, Londres, Nova Iorque e também Berlim), os jornais industriais chegaram às principais cidades mediterrânicas e latinoamericanas em finais do século XIX ou princípios do XX. O primeiro diário surgido em Espanha concebido como empresa mercantil foi provavelmente *La Correspondencia de España*, fundado por Manuel María de Santa Ana, que se editou em Madrid a partir de 1858.

Inevitavelmente, em Barcelona também apareceram, em finais do século XIX, as primeiras empresas jornalísticas e editoriais modernas. Assim ocorreu com a segunda etapa de *La Vanguardia*, promovida por Ramón Godó a partir de 1888, e *El Noticiero Universal*, fundado no mesmo ano da Exposição Universal por Francisco Peris Mencheta. Por seu turno, as editoras Espasa, Salvat, Montaner e Simón ou Gili, entre outras, desenvolveram uma tarefa muito importante no campo do

livro, das enciclopédias e das revistas ilustradas, com uma clara projecção nos mercados espanhol e latinoamericano, que com altos e baixos perdurou até hoje.

## **A concentração política e económica no século xx**

Contudo, a partir da Primeira Guerra Mundial, o panorama comunicativo mudará muito nos países desenvolvidos. Acentuou-se a industrialização da imprensa, mas a situação alterou-se devido em especial ao aparecimento e, mais tarde, à extensão dos novos meios audiovisuais: o cinema (que se converteu numa actividade industrial nos Estados Unidos já na primeira década do século), a rádio (a partir dos anos 20) e a televisão electrónica (a partir dos anos 40).

A hegemonia norte-americana no campo da indústria cinematográfica foi determinante depois das duas guerras mundiais (Jones, 1999a), e a rádio e a televisão expandiram-se pelo mundo seguindo três modelos claros de implantação: nos Estados Unidos constituíram-se grandes cadeias privadas e comerciais (ABC, NBC e CBS), que actuaram claramente como um oligopólio; na Europa ocidental seguiu-se o modelo de monopólio público (inspirado na BBC a partir de 1926) e na antiga URSS implantou-se o modelo propagandístico a partir de Radio Moscú desde 1920 (até 1989).

Os meios audiovisuais romperam o monopólio da imprensa e com ela disputaram a proeminência (sobretudo nos países anglo-saxónicos e da Europa central, onde tinha uma maior implantação social), ao mesmo tempo que ampliavam o papel tradicional dos meios impressos multiplicando as suas funções. À informação, opinião e propaganda acrescentaram-se a educação, a diversão, o ócio, o entretenimento. O público, que comprava os jornais basicamente para se informar e para formar uma opinião sobre os acontecimentos políticos, sociais e económicos (embora a diversidade de diários e revistas que foram aparecendo incluíssem outros temas de interesses muito diversos), encontraria nos meios audiovisuais conteúdos geralmente mais banais (Vargas Llosa, 1996).

Assim, os meios de comunicação de massas, de ferramentas para o exercício da liberdade pública ou da acção política (próprios do século XIX), converteram-se no suporte e plataforma de toda a actividade social, pública ou privada, facto que provocou a luta pelo seu domínio e controlo, não apenas por parte do poder político como também do económico. Quer dizer que, tanto em regimes liberais como autoritários, os meios de comunicação se desenvolveram consideravelmente, embora com objectivos diferentes.

Uma das características da evolução do conjunto dos meios de comunicação e das indústrias culturais no século XX foi precisamente o fenómeno da concentração em poucas mãos. Não obstante, a concentração apresenta duas facetas que convém distinguir: a política e a económica. A concentração política traduz-se na subordinação de todo ou grande parte do sistema comunicativo e cultural de um determinado país a um partido político único ou ao próprio aparelho do Estado.

Este aspecto particular da concentração revela-se essencial no campo da informação, já que a liberdade e a própria função dos meios de comunicação dependem principalmente da diversidade de fontes inerente às democracias. A concentração do poder em benefício de pessoas privadas resultou da concentração económica, mas sob esta forma é muito difícil existir poder absoluto. A concentração do poder em benefício do Estado exerceu-se principalmente nos regimes autoritários que existiram durante o século XX na Europa ou noutras zonas do mundo. Este tipo de regimes monopolizou todos os meios de comunicação.

No final da Primeira Guerra Mundial parecia ter-se consagrado o triunfo das liberdades públicas em geral e da liberdade de expressão em particular. Esta liberdade foi reafirmada nos diferentes tratados internacionais e nas constituições dos novos Estados (ou dos que se tinham reconstituído), imposta pelas potências vencedoras (fundamentalmente os Estados Unidos e o Reino Unido), seguindo em geral as mesmas fórmulas que a doutrina liberal clássica, inspirada na liberdade do indivíduo, na Constituição dos Estados Unidos de 1776 (e na sua primeira emenda de 1791) e na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão da Revolução Francesa de 1789.

No entanto, alguns regimes políticos europeus que surgiram pouco depois aplicariam e ampliariam doutrinas radicalmente diferentes: o comunista soviético, o fascista italiano, o nazi alemão, o franquista espanhol e o salazarista português. Alguns destes regimes ditatoriais duraram décadas e também serviram de modelo para outros governos deste tipo em todo o mundo.

Por outro lado, a concentração económica consiste na tendência para o engrandecimento do tamanho das empresas e para a diminuição do seu número. Esta estratégia dá-se simultaneamente com os processos de transnacionalização. Em contrapartida, esta concentração e expansão transnacional não são fenómenos novos, já que se verificam desde o século XIX e, ao mesmo tempo, são próprios de todos os sectores da economia, tanto os estratégicos como outros menos importantes.

Concretamente, o campo da informação, cultura, comunicação e entretenimento deu lugar à constituição de grandes grupos que têm facturação, poder e implantação em quase todo o planeta, como é o caso dos grupos «globais» (fundamentalmente os norte-americanos AOL Time Warner, Viacom e Disney, o francês Vivendi Universal, o alemão Bertelsmann e o australiano News Corporation). Mas há outros mais pequenos e com menor implantação: sobretudo em algumas macroregiões como a europeia (por exemplo, os britânicos Pearson, Granada e Reed Elsevier, o francês Lagardère ou os italianos Mediaset e Rizzoli) ou a iberoamericana (o mexicano Televisa, os brasileiros Globo e Abril, o argentino Clarín, o venezuelano Cisneros e os espanhóis Telefónica Media, Prisa e Planeta), ou ainda em mercados estatais, como o espanhol (Vocento, Zeta) e até microrregionais (Godó, Voz, entre outros).

## **Oligopólios e acordos estratégicos**

Em muitos casos, esta concentração económica conduziu ao oligopólio, mas foi muito estranho que chegasse ao monopólio, de maneira a ter proporcionado a uma pessoa ou a um grupo particular a direcção da totalidade dos meios de comunicação e das indústrias culturais de um país. É certo que, neste sentido, há países onde grupos comunicativos muito poderosos não deixaram lugar a um contrapoder, como foi o caso de Televisa no México ou Globo no Brasil. Inclusivamente, um caso paradigmático ocorreu quando o magnata mediático Silvio Berlusconi foi nomeado primeiro-ministro em 1994, já que ao controlo dos seus próprios meios privados (que tinham facilitado o seu acesso ao governo) se juntavam os meios radiotelevisivos públicos, o que era totalmente inédito num grande país democrático europeu. Mas, apesar deste paradoxo, Berlusconi voltou ao poder em 2001, e desta vez com maioria absoluta.

A situação de oligopólio dá-se com grande evidência nas diferentes indústrias culturais e de entretenimento, sobretudo na fonográfica, na qual cinco grupos transnacionais controlam mais de

três quartos do mercado mundial: o francês Vivendi Universal, o alemão Bertelsmann, o britânico Emi, o japonês Sony e o norte-americano AOL Time Warner (Jones, 1999b; Jones-Baró, 1995). Estes mesmos grupos controlam praticamente a indústria audiovisual mundial: Vivendi Universal, Bertelsmann, Sony, AOL Time Warner, Disney, Viacom e News Corporation (Jones, 1999a).

As agências de notícias (de informação, fotografias e imagens audiovisuais) são outro sector onde se verifica um grande controlo oligopólico do mercado mundial, dentro do qual três agências do Norte exercem a liderança desde há século e meio: a norte-americana Associated Press, desde 1848; a britânica Reuter, desde 1851, e a pública francesa Agence France Presse, desde 1944 (sucessora da antiga Havas). Embora com um menor grau de controlo, passa-se o mesmo com a indústria publicitária, onde se destacam os grupos globais WPP-Young & Rubicam (anglo-norte-americano), Omnicom e Interpublic (norte-americanos), Havas Advertising (francês, filial de Vivendi Universal) e Dentsu (japonês), e outros sectores como a electrónica de consumo, as artes gráficas ou as distribuidoras de publicações.

De qualquer maneira, os mais frequentes são os acordos estratégicos de cooperação entre grandes grupos, para operar noutros mercados ou sectores, ou bem por limitações legais. Isto verificou-se em Espanha, por exemplo, no campo dos novos operadores de telecomunicações (telefonía fixa e móvel, cabo) e das diferentes tecnologias televisivas (televisão privada analógica e digital, em aberto e a pagamento). Um bom exemplo deste tipo de alianças estratégicas é a que se registou em 1989 para a constituição de Sogecable (Canal Plus España e Canal Satélite Digital) entre um grupo comunicativo espanhol conhecedor do mercado e encarregado da gestão empresarial (Prisa), um grupo comunicativo francês com experiência na tecnologia e produção de televisão a pagamento na Europa (Canal Plus France, agora filial de Vivendi Universal) e a grande banca espanhola (BBV, Grupo March, Bankinter, Caja Madrid), responsável pelo financiamento do projecto.

## **Chaves da concentração na imprensa**

Uma das consequências mais evidentes da concentração no campo da imprensa durante o século xx foi a diminuição do número de títulos ou a sua reunião em grupos ou cadeias, e a preponderância de certos títulos, que pode chegar mesmo à constituição de quase monopólios regionais ou locais. Esta situação verificou-se em países desenvolvidos, como os Estados Unidos (com cadeias como Gannet ou Scripps) ou nos grandes mercados europeus (com Springer na Alemanha, News Corporation no Reino Unido, Hersant em França ou Rizzoli em Itália).

Em Espanha, em 1927 existiam 280 títulos diários, com uma difusão aproximada de um milhão e meio de exemplares, o que supunha uma média de 5.000 exemplares por título. Com o triunfo do franquismo produziu-se uma redução drástica do número de títulos devido às confiscações e aos encerramentos e passou-se para 114 títulos em 1942, também com 1,5 milhões de exemplares e uma média de 13.000 exemplares (Jones, 1994). Actualmente, existem 120 títulos diários em Espanha, com uma difusão de 4 milhões de exemplares e uma média de 33.000 exemplares por título. No início do século xx existiam dois grandes grupos na imprensa espanhola (a Sociedad Editorial de España, que controlava seis diários em 1913, com uma difusão conjunta de 250.000 exemplares, e o grupo constituído em redor de La Papelera Española, integrado verticalmente). Durante o franquismo, a Cadena de Prensa del Movimiento controlou mais de quarenta diários, além

de semanários e revistas em todo o país. Actualmente, as grandes cadeias espanholas de imprensa são Vocento (Correo + Prensa Española), Prisa, Zeta, Cadena Ibérica, Godó, Unedisa e Recoletos, que conjuntamente controlam mais de 80 por cento do mercado.

A concentração da imprensa é muito mais acentuada nos mercados pequenos do que nos grandes. Por exemplo, na Europa pode ver-se com clareza que os principais editores de imprensa têm um maior controlo do mercado em países pequenos. Por exemplo, o grupo Mediaprint controlava em 1990 cerca de 55 por cento do mercado austríaco e o grupo Independent Newspapers dominava à volta de 51 por cento do mercado irlandês. Pelo contrário, Springer contava apenas com 24 por cento do mercado alemão, News Corporation com 35 por cento do britânico, Hersant com 25 por cento do francês, Rizzoli com 18 por cento do italiano e Correo com 15 por cento do espanhol. É certo que, por exemplo na Alemanha, com um mercado de cerca de 30 milhões de exemplares de diários, a força relativa de Springer (o maior editor da Europa) supunha mais de sete milhões de exemplares diários (Sánchez Taberner, 1993).

Da mesma maneira, a concentração nos mercados microrregionais é muito maior do que nos mercados estatais, como se pode comprovar em Espanha. Por exemplo, o grupo Vocento controla, segundo dados da OJD, aproximadamente 22 por cento do mercado espanhol, mas 55 por cento do mercado basco, quer dizer, um quase monopólio (através dos seus grandes diários *El Correo*, de Bilbao, e *El Diario Vasco*, de San Sebastián). Os restantes 45 por cento estão nas mãos dos outros diários bascos e dos madrilenos que também se vendem naquela comunidade. Na Catalunha também há uma maior concentração que no conjunto espanhol. Durante o franquismo, por exemplo, o grupo Godó chegou a controlar metade do mercado catalão de imprensa diária, mas actualmente dá-se uma situação de quase duopólio, já que Godó controla 35 por cento do mercado (com *La Vanguardia* e *El Mundo Deportivo*) e Zeta outros 35 por cento (com *El Periódico de Catalunya* e *Sport*). O resto está a cargo de outros diários catalães (de Barcelona e comarcas) e das edições catalãs dos grandes diários madrilenos (*El País*, *El Mundo* e *ABC*).

Esta grande concentração jornalística tem como consequência uma maior moderação política e ideológica dos grandes diários catalães ou bascos se os compararmos com os madrilenos, pelo facto de o espectro de leitores ser mais heterogéneo do ponto de vista político e ideológico, embora muito concentrado territorialmente. Pelo contrário, os diários de Madrid têm um tipo de leitor mais homogéneo mas mais repartido territorialmente. É por esta razão que se torna mais fácil reconhecer a ideologia dos grandes diários de Madrid, mas mais difícil identificar a dos grandes diários catalães ou bascos. Os outros quotidianos bascos (por exemplo *Deia* ou *Gara*) ou o catalão *Avui* mostram uma ideologia mais clara devido não apenas a uma maior dependência política mas ao facto de terem uma difusão mais pequena e uma audiência muito mais homogénea que a dos grandes quotidianos.

Encontramos outra consequência da concentração da imprensa espanhola nas revistas técnicas e de consumo (cada vez mais controladas pelos grandes grupos comunicativos europeus) e nos magazines dominicais. Agora ficaram apenas cinco grandes magazines repartidos pelos 120 diários espanhóis, com excepção de alguns jornais pequenos. As grandes cadeias controlam os principais: *El Suplemento Semanal*, de Correo; *El País Semanal*, de Prisa; *ByN Dominical*, de Zeta e Prensa Española; *Magazine*, de Godó, e *La Revista de El Mundo*, de Unedisa-Recoletos.

As consequências mais significativas desta concentração de magazines dominicais nas mãos das cadeias de imprensa mais importantes de Espanha são de carácter sobretudo económico e profissional. As sinergias que se produzem (de investimento publicitário e de produção de artes

gráficas) beneficiam os grandes anunciantes de produtos de luxo (a grande maioria estrangeiros) e as plantas de impressão de artes gráficas mais poderosas de Madrid e de Barcelona (também nas mãos de poderosos grupos transnacionais, como o alemão Bertelsmann, e das próprias cadeias jornalísticas de alcance estatal).

Mas também é certo que as consequências se relacionam com os conteúdos que estes *magazines* publicam, já que se reduz consideravelmente o número de colaboradores e privilegiam-se sobretudo os jornalistas estrela, ou seja, os famosos mediáticos da televisão, os que intervêm nas tertúlias da rádio ou publicam *best sellers* nas grandes editoras. Os profissionais menos conhecidos ficam relegados para papéis secundários ou são directamente excluídos.

Não obstante, do ponto de vista dos conteúdos, não se observam consequências importantes de carácter ideológico ou político, além de um fomento da compra de bens e serviços sumptuosos e da exaltação acrítica da sociedade de consumo e da globalização do sistema capitalista. Mas não parece que se transmitam mensagens de carácter ideológico e político claras e contundentes, porque os públicos são muito heterogéneos, estão despolitizados e encontram-se bastante dispersos por todo o país. Isto levou, por exemplo, a que os grupos catalães Godó e Zeta tenham «descatalanizado» os seus respectivos *magazines* para melhor penetrarem noutros mercados do resto de Espanha. E permitiu sobretudo uma fusão integral (consumada em Setembro de 2000) entre os dominicais de Zeta e Prensa Española, que seria impensável nos seus respectivos diários, já que respondem a modelos doutrinários bem diferentes: um catalanista, popular, laico e progressista (leia-se, pró-PSC e PSOE), e o outro espanholista, monárquico, elitista, católico e conservador (leia-se, pró-PP).

## Desafios da concentração audiovisual

A indústria cinematográfica concentrou-se rapidamente, já na primeira década do século XX, tanto em França (com grupos como Pathé Frères ou Gaumont) ou nos Estados Unidos (primeiro com a Biograph Company, de Edison, e depois, já em Hollywood, com o que se denominou por «sistema de estúdios», com as *majors* Paramount, Fox, RKO, Warner e MGM, e as *minors* Universal, Columbia e United Artists). Todas estas empresas tiveram uma presença importante nos seus respectivos mercados internos e também nos externos, como o caso do espanhol antes da Guerra Civil de 1936-39 (Jones, 1999a).

O mesmo se passou com a indústria fonográfica desde finais do século XIX, controlada por um grupo muito reduzido de empresas norte-americanas, como a United States Gramophone Co.; britânicas como The Gramophone Company e alemãs como a Deutsche Grammophon AG. Durante o século XX registou-se uma grande quantidade de fusões e absorções entre umas e outras (e até novas, como as norte-americanas CBS e RCA, a alemã Bertelsmann ou a holandesa Philips), daqui resultando que actualmente cinco grupos controlem 80 por cento do negócio mundial, tal como se apontou acima (Jones-Baró, 1995).

A rádio e a televisão também nasceram muito concentradas desde os seus primórdios. O modelo norte-americano não apenas não se modificou substancialmente no último meio século (mesmo que tenham surgido novos tipos de actores, por cabo e satélite), como acabaria por impor-se em grande parte do planeta. Por isso, os sistemas televisivos públicos europeus passaram, de um primeiro canal generalista nos anos 50 e com intenção de cobertura global do território com uma oferta única para

reconstruir simbolicamente a unidade nacional depois do desastre da guerra, a um segundo canal mais selectivo nos anos 60 dirigido aos jovens das zonas urbanas, com um nível cultural e de rendimento mais elevado, a um terceiro canal de tipo regional nos anos 70 para atender às exigências da periferia, aos canais privados nos anos 80 e às plataformas digitais privadas nos anos 90.

Em Espanha a situação não foi exactamente igual devido ao regime franquista (1939-75), que levou a que as transformações do sistema fossem mais lentas e, nalguns casos, bastante diferentes, como as televisões autonómicas, mais descentralizadas que no resto do continente. Aqui, as pressões nacionalistas (sobretudo do País Basco e de Catalunha) foram mais fortes que as dos grupos comunicativos privados, pelo que se produziu a descentralização territorial e linguística em lugar da privatização. De qualquer forma, nos anos 90 os diferentes grupos privados (melhor dizendo, as alianças entre grupos nacionais e estrangeiros) tiveram um protagonismo inédito no mapa comunicativo espanhol.

Convém não esquecer, de qualquer maneira, que antes do franquismo as empresas (sobretudo jornalísticas ou radiofónicas) eram muito pequenas devido a um mercado raquítico, e durante o franquismo a hegemonia cultural e comunicativa esteve a cargo do Movimento Nacional ou do próprio aparelho estatal, que contava com a cadeia de imprensa mais importante, o monopólio dos informativos na rádio, o monopólio da televisão, diversas agências de notícias (com um monopólio da informação que entrava e saía do país), algumas empresas editoriais e a obrigatoriedade do NO-DO nos cinemas, todos com uma clara intenção propagandística.

Esta política comunicativa restringida pelo regime não deixou lugar à formação de grupos privados sólidos (com excepção de empresas jornalísticas como Godó e Prensa Española ou radiofónicas como a Cadena SER), pelo que no último quarto do século se assistiu à formação ou conversão de novos grupos multimédia, constituídos durante o período socialista (como é o caso de Prisa) ou do Governo do PP (como Telefónica Media, Recoletos-Unedisa, Vocento).

Pela sua parte, os principais grupos catalães (o histórico Godó e o novo Zeta) caracterizaram-se por desenvolver uma política multimédia errática, que os afastou dos sectores audiovisuais chave e os encerrou como grupos jornalísticos com uma maior presença no mercado catalão, mas com uma menor projecção no resto do Estado. O outro grande grupo catalão (Planeta), mesmo centrando a maioria do seu negócio no mundo editorial, tanto no mercado espanhol como no latino-americanos, está a diversificar-se estrategicamente mas também com timidez para o sector jornalístico e audiovisual.

Indubitavelmente, em Espanha, o grupo privado que soube converter-se num autêntico grupo multimédia à pequena escala, seguindo claramente o modelo dos grandes grupos globais norte-americanos, foi Prisa, cujo proprietário passou em quatro décadas por todo o espectro das indústrias culturais e de conteúdos (sobretudo mercê da ajuda obtida do Governo socialista de Felipe González entre 1982 e 1996), desde o livro até à imprensa, passando pela rádio, fonograma, televisão a pagamento, produção, distribuição e exibição cinematográfica, e portais verticais na Internet. É o grupo que conta com a sinergia empresarial, profissional e tecnológica mais avançada em Espanha, graças à sua diversificação horizontal (multimédia) e integração vertical. Além disso, tem uma clara vocação transnacional, procurando converter-se num grupo de referência em toda a área iberoamericana.

Mas não é o único, já que o governo conservador de José María Aznar fez o mesmo que o PSOE desde 1996 com os grupos afins. Ajudou bastante (através da concessão de frequências de radiotelevisão digital e telefonia) sobretudo os grupos Recoletos-Unedisa (propriedade do britânico

Pearson e do italiano Rizzoli) e Prensa Española, mas especialmente facilitou a constituição de um novo grupo, como divisão mediática do operador de telecomunicações dominante no país. Com efeito, Telefónica criou um grupo poderoso, embora muito pouco estruturado, com cadeias de rádio e de televisão, plataformas digitais, produtoras e distribuidoras de televisão e cinema, um portal de Internet de alcance internacional e uma aliança estratégica com os grupos Recoletos-Unedisa. Além disso, conseguiu constituir um grupo audiovisual muito poderoso também na Argentina. Desta maneira, Telefónica Media encontra-se numa situação de privilégio, tanto no mercado espanhol (frente a Prisa) como no argentino (frente a Clarín), embora muito deficitário e recentemente em processo de desintegração e venda.

### Do editor «puro» ao conglomerado

Algumas perversões e contradições da doutrina liberal clássica anglosaxónica acabaram por impor-se nos países mais desenvolvidos e, por arrasto, em grande parte do planeta. O princípio fundamental no que respeita às indústrias de conteúdos e entretenimento é a garantia das liberdades de expressão e de empresa, facto que supõe não estabelecer nenhuma restrição à influência e ao lucro. No caso de Espanha, a Constituição de 1978 garante esses dois direitos considerados fundamentais, pelos quais se regem as actividades neste sector da economia.

Não obstante, os excessos de comercialismo (quer dizer, constituição de oligopólios, banalização dos conteúdos, violências, etc.) levaram os norte-americanos, por exemplo, a estabelecer uma doutrina que tivesse em conta a «responsabilidade da informação» mediante mecanismos de auto-controle. É o caso, no que se refere ao cinema, do *lobby* da própria indústria (a Motion Pictures Association of America) ou o da publicidade, a patronal American Advertising Association.

Portanto, nenhuma lei de imprensa específica. Nos Estados Unidos a liberdade de expressão é assegurada pela primeira emenda à Constituição de 1791, que consiste na liberdade de iniciativa dos indivíduos (isolados ou em grupos) e no direito a expressar as próprias opiniões sem serem molestados pelo poder. Quer dizer, um liberalismo muito acentuado: acima de tudo a liberdade individual (o que supõe uma clara garantia para os emissores), ou seja, proteger a liberdade de expressão (como um bem individual) frente aos poderes públicos.

Mas na Europa ocidental tendeu-se, depois da Segunda Guerra Mundial, a garantir o pleno exercício da função social dos meios de comunicação para os proteger não apenas das intervenções mais ou menos arbitrárias do poder político, como também das pressões dos poderes económicos. Se bem que no Velho Continente os grupos privados fossem mais pequenos do que nos Estados Unidos pelo facto de não se terem diversificado como grupos multimédia porque a rádio e a televisão eram um monopólio público.

Na Europa, então, tentou-se promover a transparência da propriedade e a gestão das empresas comunicativas. Por outras palavras, devia saber-se quem eram os proprietários das empresas, qual a sua organização financeira e receitas. Surgiu, portanto, uma fórmula que pretendia assegurar não apenas a liberdade de expressão dos indivíduos mas a liberdade de informação, facto que supunha uma garantia para o público ou audiência. A comunicação transformou-se, então, no instrumento de todo o desenvolvimento cultural e económico, e o Estado converteu-se num actor social e comunicativo de primeira ordem.

Mas os governos liberais norte-americanos favoreceram, a partir dos anos 60, a constituição dos grupos multimédia, ou seja, permitiram a propriedade cruzada de meios e de indústrias culturais, estratégia que também seria implantada na Europa, Japão e América Latina, sobretudo a partir dos anos 80, como consequência dos processos de desregulamentação da radiotelevisão e das telecomunicações. Desta maneira, acabou por impor-se o modelo norte-americano de privatização e comercialização extrema e, conseqüentemente, de constituição de grandes grupos nacionais e também transnacionais, graças à liberalização do mercado interno da União Europeia e de outras zonas do mundo (Jones, 2000).

Assim, em poucos anos passou-se de umas pequenas ou médias empresas jornalísticas ou editoriais para empresas comunicativas e multimédia muito maiores e, cada vez mais, a macro ou mega conglomerados digitais, com actividades que transcendem, de longe, os interesses meramente comunicativos, culturais, de conteúdos ou de entretenimento. Paralelamente, assiste-se na Europa (e com mais intensidade em Espanha devido a transformações mais importantes em menos tempo) ao desgaste dos actores institucionais (como o Estado democrático) ou praticamente ao desaparecimento de outros tipos de actores institucionais privados que o público identifica ideologicamente de forma clara (como a Igreja Católica ou os partidos políticos).

Desaparecem, então, os editores «puros», fundamentalmente comprometidos com os seus ideais e o seu negócio jornalístico ou editorial, já que a tomada de decisões depende cada vez mais de instâncias superiores e exteriores, que respondem a outro tipo de interesses estratégicos (especialmente económicos e transnacionais). Estes interesses estão progressivamente mais afastados dos cidadãos e privilegiam o lucro sobre a influência social e política; quer dizer, estão acima dos objectivos editoriais tradicionais.

Por outro lado, a tomada de decisões económicas e culturais fica fora do controlo político democrático, sobretudo porque as instâncias de poder estão fora do país. Nem mais nem menos foi o que sucedeu com o conflito sobre a dobragem de filmes norte-americanos para catalão em 1999. O Governo de Jordi Pujol ficou prisioneiro do seu liberalismo económico (que durante duas décadas fomentou a entrada massiva dos grupos transnacionais na Catalunha), que em boa medida o impediu de pôr em prática o seu nacionalismo político e cultural (Jones, 1999a).

O público consumidor e utilizador (quer dizer, o cidadão) não sabe que actores estão por detrás dos meios de comunicação e das indústrias culturais, nem quais são os seus interesses estratégicos diversificados. Então, dever-se-ia voltar a aventajar o direito à liberdade de informação dos cidadãos sobre o direito à liberdade de expressão das empresas.

Os grandes conglomerados, devido aos seus interesses tão diversificados nos sectores chave da economia (da velha, como por exemplo a construção ou a hotelaria, e da nova, sobretudo as telecomunicações e o comércio electrónico), dependem cada vez mais das licenças dos governos. Situação que contribui para que sejam mais dóceis com o poder político, já que o sistema não conta com um verdadeiro «quarto poder» que vele pelos interesses dos cidadãos. Os proprietários dos meios de comunicação estão mais interessados nos seus próprios negócios diversificados do que em fazer uma crítica activa e sistemática do poder político. Isto, certamente, foi denunciado há anos atrás nos Estados Unidos. Em Espanha, não obstante, é cada vez mais evidente, com a hibridez dos conteúdos dos grandes grupos (sobretudo Prisa e Telefónica Media), a cumplicidade de Recoletos-Unedisa, Planeta e Vocento, ou a moderação extrema de Godó e Zeta.

## A globalização mediática

Nos últimos anos, por conseguinte, assistiu-se a uma nova fase nos processos de concentração económica no campo das indústrias de conteúdos culturais e comunicativos, tanto à escala planetária como europeia ou, inclusive, espanhola. Tudo leva a pensar que a irrupção da rede Internet como novo suporte multimédia está a revolucionar lentamente os hábitos de ócio, informação e consumo de sectores sociais cada vez mais importantes dos países mais desenvolvidos. O comércio electrónico e o que se denominou como «nova economia» fomentaram grandes inversões (e também estrepitosos fracassos), mas sobretudo criaram expectativas de ganhos a médio, longo-prazo.

Precisamente uma das actividades mais importantes da Internet foi e será a transmissão de todo o tipo de conteúdos simbólicos, pela qual as grandes empresas produtoras e comercializadoras desta classe de produtos através dos meios tradicionais se lançaram na rede à procura de novos mercados ou no mínimo para se adaptarem aos novos tempos e hábitos. Encontra-se o caso (de Janeiro de 2000) da absorção da Time Warner (o maior grupo comunicativo e de entretenimento do mundo) pela American On Line (um dos principais navegadores e portais da rede), dando lugar ao que poderíamos denominar como o primeiro mega-grupo digital da história.

Esta fusão criou uma reacção em cadeia por parte de outros grandes grupos neste campo, e até agora provavelmente o mais significativo dos últimos anos seja a constituição do também mega-grupo Vivendi Universal, com interesses gigantescos na velha e na nova economia, na comunicação e fora dela (Schiller, 2001), embora envolvido numa profunda crise de desmantelamento. Também existe o caso de Bertelsmann, originário do sector das artes gráficas e da edição, que agora se converteu num dos principais protagonistas do negócio televisivo mundial e pretende também ser um actor chave no comércio electrónico. Mais recentemente (Fevereiro de 2004), a OPA lançada pelo operador de cabo Comcast sobre a Disney. Finalmente, podemos referir as intenções de News Corporation, que é mais que provável que se converta no principal protagonista mundial do negócio televisivo através das plataformas digitais por satélite.

À escala espanhola, embora mais modesta, as últimas acções dos principais grupos autóctones encaminham-se claramente para duas direcções claras: a diversificação multimédia para o audiovisual digital (como produtores, mas sobretudo como emissores) e a internacionalização das suas actividades para o mercado latinoamericano, menos desenvolvido que o espanhol nalguns sectores mas sobretudo com uma grave escassez de capitais para desenvolver um negócio que se supõe com muitas possibilidades de lucro a médio prazo (Jones, 2000).

Este crescimento desmesurado dos grupos empresariais dedicados à actividade industrial e mercantil da cultura, comunicação e entretenimento (que, por sua vez, se encontram na encruzilhada das novas tecnologias digitais) supõe uma nova mudança na correlação de forças desde o ponto de vista não apenas económico mas também político. Adquiriram um peso empresarial e uma capacidade de influência social sem precedentes, embora também, como se disse anteriormente, este tipo de empresas não seja novo, já que a mercantilização da cultura e da comunicação social têm uma história de mais de 150 anos nos países desenvolvidos.

O que é cada vez mais evidente, desde o ponto de vista político e ideológico, é que estes grandes grupos económicos têm interesses estratégicos em diversificação permanente, facto que os torna muito prudentes perante o governo no poder, devido à sua dependência de todo o tipo de licenças

por parte do poder político (telecomunicações, telefonia, cabo, radiotelevisão, etc). A sua posição crítica é mais contundente, então, quando vê afectados os seus próprios interesses (por exemplo, a concorrência «desleal» da televisão pública, a concessão de uma licença desejada a um competidor, a falta de investimentos publicitários públicos nos seus meios, etc.). Tampouco adoptaram uma posição política ou ideológica clara perante o público, pelo facto de venderem os seus produtos culturais e comunicativos a um sector muito amplo e heterogéneo, que interessa mais como consumidor do que como cidadão.

Também é certo que a crescente e imparável globalização da economia e das redes telemáticas têm nos grupos empresariais da cultura, comunicação e entretenimento um dos fundamentos do sistema capitalista. Por esta razão, o crescente poder económico (superior ao de muitos Estados do Terceiro Mundo) requer cada vez mais um tipo de controlo democrático, isto é, dos governos representativos de todos os cidadãos mas também dos organismos internacionais que representam os Estados e os povos do mundo: os grandes e os pequenos, os ricos e os pobres.

## Bibliografía

- Barnouw, Erick *et al.* (1997), *Conglomerates and the Media*. New York: The New Press, 191 p.
- Biagi, Shirley (1999), *Impacto de los medios: una introducción a los medios masivos de comunicación*, 4ª ed. México DF: International Thomson Editores, 430 p.
- Bogart, Leo (2000), *Commercial Culture: The Media System and the Public Interest*. New Brunswick / London: Transaction Publishers, 384 p.
- Borrat, Héctor (1994), *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili, 167 p.
- Bustamante, Enrique; Ramón Zallo (coord.) (1988), *Las industrias culturales en España: grupos multimedia y transnacionales*. Madrid: Akal, 327 p.
- Corominas, María; Miquel de Moragas Spà (eds.) (2000), *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: InCom, 397 p.
- Díaz Nosty, Bernardo (2000), *Informe anual de la comunicación 1999-2000: estado y tendencias de los medios en España*. Barcelona: Grupo Zeta, 375 p.
- Fernández, Isabel; Fernanda Santana (2000), *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza Editorial, 466 p.
- García Canclini, Néstor; Carlos Moneta (coords.) (1999), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Buenos Aires: EUDEBA, 342 p.
- Getino, Octavio (1995), *Las industrias culturales en la Argentina: dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires: Ediciones Colihue, 378 p.
- Jones, Daniel E. (1994), «Perspectiva económica de la prensa diària catalana durant la II República», en *Gazeta*, núm. 1, Barcelona, Societat Catalana de Comunicació (IEC), pp. 231-248.
- Jones, Daniel E. (1995), «Investigaciones sobre el mercado comunicativo español en el contexto europeo», en *Situación*, núm. 4, Bilbao, Servicio de Estudios del BBV, pp. 295-312.
- Jones, Daniel E. (1999a), «Mercados globales y culturas minoritarias: el caso de Cataluña ante la prepotencia de Hollywood», en *Revista FAMECOS*, nº 11, Porto Alegre, Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, diciembre, pp. 108-116.
- Jones, Daniel E. (1999b), «El despliegue transnacional de la industria fonográfica: los casos de América Latina, España y el País Vasco», en *Musiker: Cuadernos de Música*, núm. 11, San Sebastián-Donostia, Sociedad de Estudios Vascos-Eusko Ikaskuntza, pp. 97-115.
- Jones, Daniel E. (2000), «Tecnologías de la comunicación en Iberoamérica: mercados, actores, estrategias», en *Signo y Pensamiento*, núm. 36, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, pp. 19-32.

- Jones, Daniel E.; Jaume Baró i Queralt (1995), *La indústria musical a Catalunya: evolució dins del mercat mundial*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 236 p.
- Laguna Platero, Antonio (coord.) (2000), *La comunicación en los '90: el mercado valenciano*. Valencia: Universidad Cardenal Herrera-CEU / Fundación Universitaria San Pablo-CEU, 278 p.
- Moncada, Alberto (2000), *Manipulación mediática: educar, informar o entretener*. Madrid: Ediciones Libertarias, 175 p.
- Musso, Pierre *et al.* (2000), «Stratégies des groupes multimédias», en *Dossiers de l'Audiotvisuel*, núm. 94, Paris, INA / La Documentation Française, 95 p.
- Petras, James (1999), «Globalización o imperialismo USA», en *El Mundo*, Madrid, 3 de marzo.
- Reig, Ramón (1998), *Medios de comunicación y poder en España: prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona: Paidós, 289 p.
- Sánchez Taberner, Alfonso *et al.* (1993), *Concentración de la comunicación en Europa: empresa comercial e interés público*. Barcelona: CEDIC, 292 p.
- Schiller, Dan (2001), «El acuerdo de Vivendi-Universal: un predador en la era de Internet», en *Le Monde Diplomatique*, núm. 64, Madrid, febrero, pp. 8-9.
- Stokes, Jane; Anna Reading (eds.) (1999), *The Media in Britain: Current Debates and Developments*. London: MacMillan Press, 315 p.
- Tumber, Howard (ed.) (2000), *Media Power, Professionals and Policies*. London | New York: Routledge, 341 p.
- Turow, Joseph (1999), *Media Today: An Introduction to Mass Communication*. Boston | New York: Houghton Mifflin Company, 490 p.
- UNESCO (2000), *Informe mundial sobre la comunicación y la información: 1999-2000*. Madrid: Ediciones Unesco / Cindoc, 323 p.
- Vargas Llosa, Mario (1996), «Dinosaurios en tiempos difíciles», en *El País*, Madrid, 20 de octubre.
- Vargas Llosa, Mario (2000), «Las culturas y la globalización», en *El País*, Madrid, 16 de abril.
- Vogel, Harold L. (1998), *Entertainment industry economics: a guide for financial analysis*, 4ª ed. New York: Cambridge University Press, 490 p.
- Wolf, Michael J. (1999), *The Entertainment Economy: How Mega-Media Forces Are Transforming Our Lives*. New York: Random House, 314 p.
- Zallo, Ramón (dir.) (1995), *Industrias y políticas culturales en España y País Vasco*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 428 p.

**Nota:** O autor quer de agradecer publicamente os comentários e sugestões da professora Maria Corominas, da Universidade Autònoma de Barcelona; do professor Jordi Busquet, da Universidade Ramon Llull, e do senhor Miguel Royo Milián.



## O JORNALISMO E OS LIMITES DA REPRESENTAÇÃO

(...) O artigo limita-se a veicular comentários (...)

*Larry Rother*

### Introdução

Proponho-me a desenvolver algumas reflexões sobre o caso «Lula e o *New York Times*», cujo cerne é mostrar e discutir alguns aspectos relacionados com as condições de produção da noticiabilidade, especialmente os limites e as imposições dos processos enunciativos da mídia jornalística para produzir sentidos e representações.

O foco das questões a serem refletidas procura mostrar que este episódio é, por natureza um problema que envolve os poderes discursivos de vários campos sociais, cujas questões e suas significações se efetivam através de diferentes operações textuais.

No material em estudo, não há, rigorosamente, um acontecimento de partida e do qual resulte a cobertura jornalística, nos moldes de outros «*events news*». A origem está numa determinada seqüência de operações enunciativas jornalísticas, que vão gerar o *caso* (Ford, 2002) e, que se singulariza num texto específico que é o artigo de *Rother*.

Normalmente, um dispositivo de sentido (Jeudi-Henri, 1996) está lá à espera do fato

<sup>1</sup> Professor titular do programa de pós-graduação do programa de ciências da comunicação da Unisinos. Pesquisador credenciado junto ao CNPq. Doutor em comunicação – EHESS, França. Consultor de instituições científicas da área de comunicação. Autor de livros, dentre os quais *Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral*. São Paulo: Hacker, 2003.

que, submetido à tessitura jornalística, é transformado numa construção, definida por acontecimento e que se inspira em operações de produção de sentidos tendo as linguagens como parâmetros complexos e vitais (Culioli, 1990) .

Neste caso, há a «cena primária» – evocações e pistas deixadas por outras enunciações – sobre a qual a enunciação jornalística põe-se em marcha para resgatá-la segundo suas crenças e as disposições do seu funcionamento, num procedimento pouco usual e que se baseia no chamado «jornalismo de afirmação» (Kovack & Rosentiel, 2004). A ênfase deste se volta para colagens sobre as quais se funda a construção de um novo referente, na medida em que se apóia noutras enunciações, processo em que, por mecanismos remissivos, os textos se remetem entre si.

Desde a sua origem, este texto resulta assim, de outros textos e dá origem a novos textos. Os das fontes sobre os quais se apóia, os que envolvem os parâmetros – culturais e organizacionais – que servem como condição de sua produção; outros textos jornalísticos; os textos biográficos, e que nesta conjugação enunciativa favorecem a emergência do relato em estudo. Como consequência, o texto desencadeia outros textos de outros campos os quais, se valem das linguagens para promover disputas de sentidos e a manifestação dos seus poderes. O caso assim chamado, resulta de um texto cuja corporeidade condensa operações específicas sobre as quais se estrutura um determinado processo de noticiabilidade, mas também as representações que resultam deste complexo processo de produção de sentidos.

A nosso ver, se os discursos jornalísticos representam singularmente o mundo sobre o qual se reportam, também se apóiam em dimensões das linguagens para que assim possam exercer o poder e suas respectivas forças de imposição e de limites de representações. Há, dessa forma, uma dupla articulação no funcionamento nos discursos jornalísticos: o poder de construir enunciações sobre o «outro», mas poder este que está subordinado a um outro, o da esfera da linguagem que oferece regras e operações para que o discurso da atualidade se institua segundo certas condições enunciativas.

Os limites presentificam na medida em que a enunciação jornalística se realiza a partir de um processo de extração, que possibilita designações mas também silenciamentos (Magalhães, 2004). Significa dizer que a realidade apresentada se constitui apenas numa, dentre outras, possibilidades de referenciação. Assim, se a construção jornalística constitui-se numa possibilidade de dizer, dentre outras, esta restrição desponta-se, como uma imposição uma vez que é na singularidade deste processo de enunciar que a realidade toma forma, segundo a competência dos discursos jornalísticos. Sua enunciação impõe-se como a única possibilidade de interpretação e, assim sendo, torna-se num modelo através do qual suas representações são atribuídas.

## **1. A linguagem, reservatório das enunciações**

Qualquer que seja a natureza da produção discursiva a) a linguagem é o grande «reservatório» onde se gestam os processos de produção de sentidos; b) as representações resultam de operações feitas junto às linguagens, delas resultando no texto, como seu lado visível; c) as representações tornam-se em matrizes culturais na medida em que são sistematicamente significadas pelos processos de produção de sentidos; d) os processos de produção de sentido estão sempre inseridos

em sistemas e contextos produtivos, o que significa dizer que as representações estão sempre situadas; e) as representações estão situadas pelo fato de que quem as gera e as põe em circulação são os campos sociais que seguem regras e operações dos sistemas produtivos que as engendra.

O que estas questões têm a ver com o trabalho jornalístico de produção de sentido? E com a competência dos discursos jornalísticos no trabalho de construção das representações?

A principal competência midiática jornalística é de natureza discursiva na medida em que seus fundamentos de descrição/construção das realidades se fazem em meio às operações de linguagens e, ao mesmo tempo em que os processos da noticiabilidade se estruturam, além de parâmetros sócio organizacionais, em presunções simbólicas, ou ainda, em referências e em transações que se realizam pelo capital das linguagens. Neste caso, o que seria a apuração e a relação entre jornalistas e fontes? Não seria uma transação movida às falas? O que seria a representação da realidade feita pela ideologia da atualidade noticiosa? E os enquadramentos discursivos proferidos por uma competência de linguagens, segundo certas regras de uma gramática de produção determinada? As mídias jornalísticas situam-se numa dupla situação de representação: auto definem-se como representante (porta-voz) da opinião pública, legado que lhe confere a noção de 4º poder, e o que lhes faculta prescrutar os outros poderes no sentido de tirar das sombras aquilo que estes evitam dizer ou tornar visível. Ao mesmo tempo, supõem controlar as competências sobre as quais repousariam as suas possibilidades de se constituir no representante de outros poderes/campos. Seja pela relativização que fazem das competências/representações de outros campos sociais, ou ainda pela crença (que repousa nos fundamentos ideológicos e técnicos do seu fazer) detêm as condições em torno das quais realizam os processos de representação das realidades por eles construídas. Tal certeza é quem confere ao campo jornalístico a vocação não apenas de representar, mas apresentar a realidade por sua própria conta talvez desconhecendo que este processo se dá em meio a feixes de relações. Nestas condições, a mídia jornalística converte-se em um *ambiente*, num campo de força cujo trabalho de representação se fundaria num próprio *ethos*, em disposições e num modo de compreender os processos de representação da realidade a partir de leis internas, conferindo-lhes um formato singular de apresentação. Não obstante a importância que têm os diversos campos sociais como possibilidade para a existência da tarefa do jornalismo, esta realidade multiinstitucional é considerada em parte pelo trabalho do jornalismo, na medida em que os fundamentos de sua representação, ou daqueles que se propõe a representar, não resultam da aceitabilidade de que seu modo de enunciar passa também por complexas mediações, onde também se tecem e se cristalizam representações, segundo poderes de outras naturezas. Mas o trabalho de *extração* jornalística sobre outras realidades, não obstante os fundamentos internos do seu «sistema de leitura», é condicionado e resultante de complexas situações de mediações que transcendem ao próprio discurso jornalístico. Isso se for levado a sério pela auto-reflexão jornalística, lhe ajudaria compreender os limites que representa uma das referências dos modernos processos de noticiabilidade: «notícia tudo o que couber a gente publica» (Darthon, 1996). Os processos de produção de sentido são complexos e mais heterogêneos do que pressupõem os «manuais de redação» e a taxonomia dos «valores notícias». Resultam de trabalho sócio-discursivo no qual as realidades e os discursos de outros campos sociais, ao serem tomados como condição de produção dos discursos jornalísticos, devem ser consideradas na complexidade de suas enunciações, sobre as quais a enunciação jornalística não deveria se sobrepor.

## 2. Efeitos de uma enunciação

Postas estas questões de uma forma mais ou menos esquemática, fazemos uma aproximação delas com o caso «Lula e o NYT», a partir do artigo assinado pelo jornalista *Larry Rother* e publicado no jornal *New York Times*, no dia 9 de maio, cujo título afirma: «**Hábito de beber de Lula se torna preocupação nacional**». Desse registro, resultam, dentre outros fatos, a ordem de expulsão do jornalista do país, pelo presidente da República, sustada após uma carta (petição) enviada pelo jornalista – via mediação de advogados – ao presidente, entendida como uma retratação. Mas, resultam também outros fatos, especialmente o «debate» que a «comunidade interpretativa» (Zelner, 2000) dos jornalistas realiza, bem como a própria natureza do desfecho, o qual antes de ser de natureza política, é por excelência, uma problemática de linguagem, conforme veremos. Estas reflexões parecem pertinentes porque dizem respeito ao tema da construção das representações, de modo mais específico, os desafios impostos aos campos sociais para produzir inteligibilidades sobre o fato, como é o caso do trabalho jornalístico. Chama-se atenção para duas hipóteses:

**Primeira:** A reflexão dominante sobre o caso «New York Times e Lula » tem a sua ênfase sobre o aspecto que diz respeito a questão das liberdades de expressão, enfatizando-se a importância do direito que tem a mídia em saber, e em poder dizer, sobre a vida (privada) de pessoas do âmbito da vida pública, não se formulando praticamente, interrogações sobre as condições do exercício do direito de dizer. Significa que a ênfase dominante dos discursos se voltou para a defesa da enunciação jornalística (liberdade de exprimir), não havendo reflexões sobre os fundamentos e as estratégias que orientaram o processo de enunciação (construção) do acontecimento. Por outras palavras, argumenta-se sobre o direito da imprensa de produzir a representação do acontecimento, sem contudo, se colocar em discussão os processos enunciativos e os princípios que envolvem a construção da noticiabilidade, e os seus resultados (as representações).

**Segunda:** O campo jornalístico além de proferir as primeiras representações de sentidos sobre o possível consumo de bebida alcoólica por parte do presidente, é igualmente quem, não permitindo a derivações de sentidos por parte de outros campos sociais, fecha as construções de significações sobre o caso. Ao assinalar que as regras que organizam o seu processo de noticiabilidade são intocáveis, o *Times*, em sua nota, «bate o martelo», sentenciando sobre a questão, ao afirmar que nem o jornal e nem o jornalista pediram desculpas, e nem se retrataram, reafirmando que a reportagem estava correta.

**a) Dos antecedentes** – Se versões à boca pequena, ou segundo comentários de cafés e de restaurantes brasileiros, sinalizam que o presidente consome bebida alcoólica, de forma não moderada, é no corpo da mídia, especialmente do colunismo, que elas tomam uma feição mais nítida e que até então não haviam sido desmentidas pelo *staff* presidencial. Em 1º de maio, em *O Globo*, a colunista Mirian Leitão, já reportando-se às anteriores alusões jornalísticas, afirma: «*O presidente Lula fala demais. De forma irrefletida. Diariamente, os jornais relatam suas impropriedades, escorregões e gafes. No jantar da bancada do PTB, ele fez algo mais perigoso, misturou uma dose de uísque com o improvisado. Vangloriou-se dos seus contatos internacionais, desafiou o governo anterior para debate, falou que o país vive na pendura e disse que os líderes da América Latina vivem no século XIX. E tudo numa noite só.*» Ironicamente, nesse texto a colunista ao teorizar sobre a

«fluidez discursiva» do presidente, evoca as questões da enunciação e da representação ao lembrar que o presidente «deve comandar as próprias palavras e não ser comandado por elas.» Ou seja, o presidente deve monitorar ele mesmo sua capacidade de produzir representações sobre as coisas e os fatos, não os deixando à merce da própria lógica dos processos enunciativos que estruturam as palavras. Também a *Folha de São Paulo*, publica em 05/04: «Especialista critica comportamento de Lula: («*Presidente evita ser fotografado fumando, mas aparece em público bebendo, como na Oktoberfest*»)). Esses registros, ao adotarem certos ângulos para tratar da questão, põem o problema na esfera pública, retratando os cuidados jornalísticos a respeito das aparições públicas de Lula sempre com um copo, embora sem falar até então sobre a questão nos modos semantizados pelo *Times*. De modo significativo, no âmbito do jornalismo semanal e na esfera de colunas especializadas, o problema vai ganhando uma corporeidade determinada. O colunista *Diogo Mainardi*, na revista *Veja*, já em sua coluna de 24 de março, falava do assunto a partir da associação que faz entre os «hábitos étlicos» do presidente com o desempenho do seu governo. A título de aconselhar o presidente sobre sua atitude em beber em público, denuncia, sem amparo em fontes, mas em informações de procedências indeterminadas, que o presidente Lula bebe em diferentes encontros sociais, fatos estes que são mencionados com riqueza de detalhes. O colunista associa o mal desempenho da administração Lula com seus possíveis hábitos étlicos, dizendo, dentre outras coisas que «*parando de beber em público, ele finalmente seria recordado por algo de bom*». (Meu conselho ao presidente, Diogo Mainardi, *Veja*, 24.3.04).

Com ênfase parecida, e em matéria que também não apresenta suas fontes, o tema desdobra-se no colunismo brasileiro. Cláudio Humberto, ex-assessor de imprensa do presidente Collor, que assina coluna diária numa rede de jornais, pratica um jornalismo de ilações. Diz nas suas edições de 8 e 15 de maio que o presidente saíra em estado lastimável de um jantar da residência do presidente da Câmara; comenta a ausência de explicações para compras de copos e taças de cristal para bebidas alcoólicas para o Palácio do Planalto e anuncia a contratação de empresa especializada que fornecerá bebida e comida, no valor de 17 mil cestas básicas, a serem servidas no novo *boeing* presidencial.

**b) A enunciação das enunciações** – São os antecedentes jornalísticos, com seus respectivos estilos, que servem como referência para a matéria de Larry Rother, publicada no *Times*, ao lado de uma outra peça jornalística que é uma entrevista concedida pelo ex-governador Brizola. O correspondente apóia-se nesses colunistas, e em impressões sobre as quais não cita fontes explícitas, a partir do que faz deduções sobre o comportamento presidencial. Trata ainda de *implicar* a sociedade, ao dizer, através de coletivos imprecisos, e sem lhes mostrar a cara, que *conterrâneos, apoiadores, assessores, líderes políticos, porta-vozes, brasileiros, externam* suas preocupações com o ato de beber do Presidente. Além disso, a matéria tem como preocupação avaliar sentimentos e impressões como se fosse vivenciadas, ou efetivamente experimentadas pelos brasileiros, sobre o que não dá provas, ao salientar que «*Hábito de beber de Lula se torna preocupação nacional*» (diz o texto traduzido apresentado pelo *site* da revista *Época*). Ou, ainda, «*Hábito de beber do presidente vira preocupação nacional*» (*site* da *FSP*). Estas variações lingüísticas (*beber e bebericar*) devem também ser consideradas, uma vez que quando *Rother* envia carta (petição) ao presidente, via seus advogados, alega mal entendidos gerados por problemas de tradução, o que poderia ter

ocasionado as interpretações das supostas ofensas que teria feito ao Presidente da República. Ou, por outras palavras, a tradução «traí» as intenções de *Rother*.

A matéria, editada pela redação do *NYT*, no dia 6 de maio, articula-se com uma fotografia na qual Lula aparece trazendo à mão um copo de cerveja no contexto na Oktoberfest, em Blumenau, ocorrida em dias passados. Pertencendo ou não ao arquivo do *Times*, enviada ou não, por *Rother* para fins de ser editada com a matéria, não vai ao caso. Mas qual é o status desta foto? A nosso ver não tem por função a «decoração» do texto. Pelo contrário, opera como uma espécie de metáfora conceitual, pois trata-se de uma foto em que se mostra o presidente ostentando uma caneca de cerveja. Tal deslocamento desta imagem de seu contexto tem por finalidade estabelecer uma co-determinação com o texto de *Rother*, criando-se, assim, uma prova testemunhal sobre aquilo que diz o repórter. Ou seja, esta imagem constitui um certo real, e prova portanto, que Lula bebe e, em público!

*Rother*, a exemplo do seu colega brasileiro, o colunista *Mainardi*, faz iguais associações entre o desempenho do governo e as relações do presidente com bebida alcoólica. Por exemplo, afirma, de próprio punho: «*O presidente tem se mantido distante das atenções e deixado seus assessores fazerem grande parte do trabalho pesado. Isto tem provado especulação de que seu aparente não envolvimento e passividade poderiam estar de alguma forma ligados ao seu apreço pelo álcool*».

*Rother* faz ainda a «semiologia do corpo do presidente» descrevendo algumas *marcas* que tratam de ajudá-lo a produzir o diagnóstico sobre a relação de Lula com o álcool. Este «diagnóstico» apóia-se, porém, no trabalho de primeira ou de segunda mão de outros «investigadores», ou ainda em fontes não reveladas, aspectos que lhes leva a construir uma enunciação fundamentada em relato atribuído a terceiros: «*Sempre que possível, a imprensa publica fotos do presidente com olhos turvos e rosto corado, e constantemente faz referências tanto aos churrascos de fim de semana, e aos eventos de Estado nos quais Lula nunca é visto sem uma bebida na mão*».<sup>2</sup>

Reporta-se ainda às situações vividas por Lula no passado, e outras já no exercício do próprio cargo presidencial, circunstâncias em que o comportamento social do presidente parece decorrer do consumo da ingestão de bebida alcoólica. Para provar tais vínculos, faz um salto à sua biografia para mostrar a presença do álcool na sua história familiar, como um fator que incide sobre os dias atuais, e, automaticamente, lhe ajuda na construção das *provas*. Em suma, o trabalho da enunciação desenvolve-se em cima de outras estratégias de enunciação, com ênfase na recuperação de fontes anónimas e naquelas, ainda que reveladas, também priorizam o anonimato das referências que fornecem as informações. Apóia-se, assim, em «recortes» de falas, refletindo a ausência de apurações mais rigorosas, e recorrendo às colagens baseadas em materiais deslocados de outros arquivos. Disso, resulta como efeito de sentido, o enquadramento de Lula em um determinado perfil, ainda que não tenha tido, segundo diz *Larry*, «a intenção de macular a honra do presidente».

A noção de não intencionalidade é evocada pelo jornalista para funcionar como um argumento que encontra em algumas teorias do jornalismo os fundamentos de sua consistência. Do ponto de vista formal, o jornalista não faz afirmações factuais, e por sua própria conta e risco. E neste caso, formalmente não há ofensas, conforme assim defende o discurso jurídico, pois a construção jornalística não se reporta a fatos concretos, que sejam por ele mesmo reportados e sustentados, e a partir dos quais se formaria um juízo de valor acerca do que diz. Entretanto, mesmo que não haja

<sup>2</sup> Texto de *Rother*, em 9 de maio de 2004.

ofensa, segundo a apreciação do crivo da lei, as estratégias enunciativas postas em prática articulam um conjunto de operações discursivas que tratam de apresentar a figura presidencial associada à determinadas representações, que nos termos em que estão qualificadas, procuram mostrar incompatibilidades entre a natureza dos seus hábitos e o desempenho de cargo.

**c) Os discursos do *ethos* Jornalístico** – Como decorrência do texto de *Rother* outros textos são desencadeados, como por exemplo, o texto presidencial que determina a sua expulsão. Mas, também, os textos elaborados pelos jornalistas, enquanto processos de produção de sentidos desta peculiar «comunidade interpretativa». Os discursos desta comunidade estruturam em torno de quatro perspectivas:

a) A primeiro, ainda que fazendo críticas ao procedimento do jornalista, faz a defesa do processo de noticiabilidade em si, e suas argumentações se centram sobre a defesa de liberdade de expressão, a defesa do poder enunciativo da mídia jornalístico em produzir representações, sem a presença de fatores restritivos. Faz-se a defesa do processo de noticiabilidade e as eventuais críticas ao texto de *Rother* permanecem nas fronteiras do próprio processo; b) a segunda perspectiva reflete sobre o texto, mas dentro dos limites e da validade do próprio processo de noticiabilidade, sem chegar a colocá-lo em questão; c) a terceira estrutura-se em torno de um certo *compreensivismo* para com o texto de *Rother*, aludindo-se a importância que têm algumas regras não jornalísticas (mais próximas, por exemplo, das referências da cultura americana) e que operam como parâmetros para a definição das noções de «valores – notícias» com que trabalha o processo de noticiabilidade do *Times* e que servem como parâmetro para o texto de *Rother*; d) finalmente, a quarta perspectiva reúne um «menu» mais reflexivo na medida em que levanta algumas apreciações que ultrapassam as características das perspectivas precedentes.

Os textos que se reportam à primeira perspectiva assim se manifestam:

*«Trata-se de uma medida truculenta que, em preocupação sêda obscurantista, arranha o essencial instituto da liberdade de expressão»*, dia a FSP, em 13.05.04. O jornal gaúcho Zero Hora lembra: *«perdeu o Brasil a oportunidade de, com a autoridade que conquistou na comunidade internacional, fazer chegar ao jornal sua insatisfação, sem necessidade de lançar mão de um gesto de autoritarismo, que mesmo legal, é incompatível com o respeito à liberdade de expressão»* (ZH, Porto Alegre, 12.05.04).

Estas opiniões editoriais e outros textos de articulistas ainda que lamentem a prática do mal jornalismo, dão ênfase, entretanto, a questão dos cerceamentos à liberdade de manifestação. *«Comunicado em nota de apenas cinco linhas, o ato extremo causou um dos maiores estragos na imagem do Governo Lula. Nivelou-o a ditaduras que, ao não tolerar críticas e idéias divergentes, simplesmente expulsam seus adversários»* (De vítima a vilão, *Valdo Cruz*. FSP. 13.05.04). O colunista *Hélio Fernandes* opina: *«antes de mais nada uma declaração que nem precisaria ser feita: não concordamos com a expulsão do correspondente do NYT. A Tribuna da Imprensa, como um todo, e este repórter, pessoalmente repudiam a expulsão. E consideramos que foi um equívoco tático e estratégico, mudou o eixo e o angulo da discussão e do debate»*. (Se Lula anular a expulsão o NYT e os EUA voltarão imediatamente ao banco dos réus) – *Hélio Fernandes*, TI, RJ, 14.05.04). Na mesma direção escreve-se: *«a expulsão do Larry vai para a lista dos atentados á liberdade de imprensa neste ano, colocando o presidente Lula na companhia de truculentos inimigos do jornalismo*

*livre e independente. (...) A violenta atitude de expulsar do país um jornalista honesto, por mais que ele tenha errado nesta matéria, não será jamais esquecida*». (Uma decisão autoritária e insensata. Rosental Calmom Alves. JB, RJ, 14.05.04). Fazendo coro: «(...) agora, em uma penada, Lula passou aos olhos internacionais, de vítima de uma acusação tacanha a agressor da imprensa». (O banimento do bom senso. Marcelo Reck. ZH, POA, 13.05.04).

Observa-se neste conjunto de textos as marcas explícitas de defesa do processo de enunciação jornalística como se o mesmo estivesse acima das complexidades que envolvem a interação do campo jornalístico com os demais campos sociais. O ato governamental é analisado sem a consideração das transações que o mesmo envolve e, nestes termos evidencia-se, implicitamente, que as condições de poder da enunciação jornalísticas não estão em discussão, ou seja não podem ser submetidas a outras imposições. A liberdade está acima dos processos que a engendram.

A segunda perspectiva reúne textos que fundamentam suas observações com críticas técnicas à produção da matéria, enfatizando, porém, nos respectivos limites de um critério de noticiabilidade, aceito pela cultura jornalística. Trata-se de examinar o «defeito por dentro», na medida em que o jornalista americano é acusado de faltar com a observância de certos preceitos do processo de produção da notícia. Por exemplo, a ênfase está na questão da exposição do personagem citado: «A matéria do NYT sobre o presidente Lula é falha. Jornalismo de terceira categoria. (...) Até o repórter fraudador Jayson Blair seria mais cauteloso e menos escandaloso ao expor a vida privada de um cidadão, – mesmo que não fosse presidente do Brasil». (Carraspana geral NYT de pileque, nossos jornalistas de ressaca – Alberto Dines, Observatório da Imprensa, 11.05.04).

Esta perspectiva faz algumas associações do texto com a dimensão deontológica: «A “recorragem” do NYT não é caluniosa, é simplesmente irresponsável, pois se baseia em boatos e fofocas políticas, mais parece uma daquelas reportagens de revistas sensacionalistas com fofocas sobre artistas que invariavelmente resultam em processos milionários» (Deu no New York Times, Merval Pereira, O Globo, 11.05.04).

Sobre outro ângulo, enumeram-se críticas de natureza técnica, mas valorizando, todavia, as regras sobre as quais se assenta o trabalho da enunciação: «a matéria de Rother não é nenhum Prêmio Pulitzer. Essencialmente, não prova que o «hábito de beber» de Lula se torna preocupação nacional, como se lê no título.(...) Além disso, não se sabe onde o correspondente tirou a informação de que «sempre que possível» a imprensa brasileira publica fotos do presidente «com olhos injetados ou com o rosto afogueado». (Notas de um leitor – os tragos de Lula. Luís Weis. Observatório da Imprensa, 11.05.04). Finalmente, ratificando os cuidados para com a valorização do modo de ser e de funcionar a cultura jornalística, aponta como este assunto poderia ser resolvido, enfatizando e valorizando certos aspectos das rotinas produtivas: «Não há fatos – só boatos – naquilo que, se tanto, poderia ter sido um relatório interno do correspondente para seu editor em Nova York a respeito de falatórios anônimos. (Dora Kraemer, JB, 11.05.04)

A terceira perspectiva traz discursos que, de certa forma procuram desenvolver um certo compreensivismo sobre a natureza da notícia, evocando as matrizes culturais sobre as quais se assenta a construção de um modelo de noticiabilidade. Neste caso, a própria cultura americana é apontada como uma paisagem de fundo para este processo. «creio que os leitores brasileiros não entendem as implicações desse tipo de acusação nos EUA. Este país tem raízes puritanas, com um passado de leis e campanhas pela total «proibição» de bebidas. Álcool, celebridades e política não

*se misturam. Ou, pelo menos, não deveriam se misturar «em público».* (Bush e Lula, «álcool em comum» – *Antonio Brasil*, Observatório da Imprensa, 11.05.04). Outra recorre ao «discurso de autoridade» para explicar o texto de *Rother*. Para tanto, ouve um juiz americano – *Paul Messite* – que faz uma afirmação voltada para oferecer certos elementos justificadores sobre o texto do NYT: «*nos EUA, vale tudo, se a crítica tem como alvo um funcionário público e a questão, de alguma maneira, mesmo indireta, envolve o exercício da função pública*». (Chances de processo são nulas, avisa juiz americano. *Paulo Sotero*, Observatório da Imprensa, 11.05.04).

O presidente da ONG que congrega os *ombudsmen* americanos *Jerome Dvorkin* justificando a matéria, faz a defesa explícita desta modalidade de jornalismo investigativo, que pode se apoiar em histórias e, necessariamente, não em fatos: «*é uma história importante, realizada de forma correta. (...) Às vezes a notícia é sobre o que todos estão falando (...) Acredito que a matéria é ok. Parece haver muitas insinuações sobre o assunto. Se isso não é relatado, de certa forma, é pior. Se, de fato, o presidente tem um problema com bebidas, e isso não é tratado e todos acobertam o fato, pode acabar tendo um efeito sobre a sua capacidade de governar. Isso seria um problema para o jornalismo (Comentando a pergunta se o fato do repórter não demonstrar de fato que Lula tem um problema com o álcool, o que gera uma matéria sobre rumores e se neste caso, é uma história realizada de forma correta), ele diz: claro que sim. Às vezes a notícia é sobre o que todos estão falando. E parece haver exemplos de casos em que o presidente de fato teve dificuldades em público*». (NYT x Lula – o jornal deve ter mais cuidado – *Chico Otavio*, O Globo, 11.05.04).

Como quarta perspectiva, tem-se indícios de uma reflexão que coloca em questão alguns «cânones» das regras de produção da noticiabilidade. Curiosamente, um jornalista, que ocupa posição estratégica no Governo, aponta para uma problemática que até então não fez parte do menu reflexivo dos seus colegas, ao evocar o tema do **controle** das condições de noticiabilidade: «*Eu acho que a gente também poderia discutir, eu não quero fugir da discussão, eu estou aqui para isso, mas discutir (...) Gostaria de discutir um pouco, o papel da direção dos jornais, da responsabilidade dos jornalistas no controle interno da informação. Não estou falando de controle externo, é interno mesmo, para evitar que este tipo de jornalismo continue (...)*». (*Ricardo Kotscho* –, foi uma decisão extremada para um caso muito grave. Entrevista ao programa Observatório da Imprensa, n. 285 de 11.05.04, TVE).

Na linha do comentário reflexivo e de um peculiar tipo de analista da mídia, o porta-voz, o *ombudsmen* da FSP *Marcelo Beraba* comenta que na edição de 16.05.04 a questão através de uma pergunta: «*um jornalista deve se preocupar com os hábitos ou se interessar pela vida privada de um homem público? Acredito que sim (responde). Mas afirma que a reportagem «sob o ponto de vista jornalístico ela é malfeita. É uma colagem de opiniões, (...) não há informações novas, as fontes citadas não são corretamente identificadas para que o leitor possa julgar o peso de suas opiniões e não há relato de nenhum fato que dê consistência às duas afirmações mais consistentes do texto: a de que o hábito de beber possa estar afetando a performance de Lula no cargo e a de que esse hábito tenha virado uma preocupação nacional*». A reação do governo em expulsá-lo é pelo jornalista considerada incorreta, «*não sob o ponto de vista do governo, mas sob o ponto de vista da democracia, de suas liberdades*» (O mau jornalismo e a liberdade de imprensa. *Marcelo Beraba*. FSP, 16.05.04)

**d) Ato jurídico, efeito político** – Se um conjunto de outros discursos evoca associações sobre as liberdades de expressão para criticar a decisão do governo em expulsar o jornalista, é, contudo,

no contexto do campo jurídico que se manifesta o dispositivo discursivo regulador, quando o STJ concede salvo-conduto para que a expulsão seja sustada. As reflexões que fundam o ato jurídico sustentam-se em aspecto de tecnicidade da lei, assim expostos:

*(...) No Estado democrático de Direito não se pode submeter a liberdade às razões de conveniência ou oportunidade da Administração. E aos estrangeiros, como aos brasileiros, a Constituição assegura direitos e garantias fundamentais descritos no art 5º e seus incisos dentre eles avultando a liberdade de expressão. E dúvidas não podem haver quanto ao direito da livre manifestação de pensamento (...) e da liberdade da atividade da comunicação»* (Parecer do STJ, *O Globo*, 14.05.04, RJ). A decisão jurídica gera efeitos, evidenciando representações várias, especialmente um certo julgamento a respeito do ato do Governo.

**e) Representação da linguagem ou linguagem da representação?** – Se na esfera da teoria jornalística, os fundamentos deste campo dão mais credibilidade aos preceitos que lhe são internos do que o estatuto da linguagem, no episódio do texto sobre Lula, *Rother* se vê obrigado a constituir-se em um caudatário da linguagem, tornando-se súdito de uma outra enunciação, para deste outro lugar o campo jurídico endereçar um outro texto ao Presidente da República. Neste caso, apóia-se numa carta que não é por ele assinada, e que o torna à mercê de um outro protocolo de linguagem, no caso, o protocolo jurídico. Interessante insistir sobre este aspecto, pois o jornalista deixa de ser um mediador, tem poder que usa sempre para poder se dirigir às autoridades. Neste caso, se vale de outros mediadores, circunstância esta que o transforma em requerente, citado no interior de um outro discurso, a carta, mas que no fundo é uma *petição jurídica*, ainda que formalmente, não tenha sido assim reconhecida. Rigorosamente, não se trata de uma carta do próprio punho do jornalista, na medida em que ele se faz representado. Entretanto, o fato de ser representado por um outro poder discursivo – que sobre ele reclama direitos e profere esclarecimento – o reserva de dizer de forma direta, de dirigir-se ao presidente, conservando-o distante, e de lá, no espaço do discurso jurídico, confessar a natureza de sua estratégia enunciativa. Nesta circunstância, *Rother* diz que sua enunciação apóia-se noutras enunciações: *«Na opinião do requerente, o artigo limita-se a veicular comentários, não contendo nenhum juízo de valor do próprio requerente, que de todo modo reitera que o texto não foi escrito para ofender o senhor presidente (...).»* A estratégia de *Rother* permite duas leituras: em primeiro lugar, confessa a precariedade de sua metodologia, ao montar uma matéria com base na inclusão de comentários alheios, de fontes conhecidas, ou não. Esta «deferência» às fontes não relativiza, no entanto, a autoria da sua enunciação, pois, em última análise, o texto é por ele organizado e recebe a sua assinatura, a sua marca. Em segundo lugar, o fato de reconhecer que se limita à «veiculação de comentários», diz explicitamente que seu dizer se afirma noutros ditos cumprindo o mandato do seu *ethos* profissional. Mas sendo ele organizador dos ditos outros em sua matéria, diz assim que deles guarda distância na medida em que os juízos formulados sobre o presidente não pertencem à sua autoria, restando-lhe, assim, a posição e o ofício de veiculador das apreciações e de registros alheios.

No interior de uma determinada teoria do jornalismo, os argumentos de *Rother* encontram ecos, para não dizer suas referências, e são estas que alimentam a enunciação jurídica quando a mesma faz o ofício de representar o jornalista junto ao campo político. Se a estrutura protocolar é jurídica, pois é feita segundo um modelo de enunciação peticional, o argumento central vem de outra enunciação, a

de uma teoria do jornalismo segundo a qual *Rother* não é algoz e nem ofensor do presidente, pois o que fez foi apenas, o cumprimento de uma máxima do jornalismo, qual seja a que lhe confere o estatuto de intermediário e/ou veiculador de fatos e dos ditos que procedem de outros lugares.

## Conclusões

Este caso apresenta dois lugares que fazem à sua maneira, seus respectivos sentenciamentos, havendo, portanto, dois veredictos. O da justiça, quando diz ao outro Poder (político) que as representações do discurso jurídico têm mais efeito do que as do discurso político, e assim sendo as representações dos atos deste poder devem ser recolhidas. As representações de Estado devem ceder às outras representações. O segundo veredicto – e este parece interessar mais ao cerne desta comunicação – diz respeito ao processo no qual o campo do jornalístico deixa de se fazer representar (pela petição do campo jurídico) e a seu modo – sendo um lugar produtor de representação – opera via discursos, o seu sentenciamento e os seus efeitos, o sentenciamento jornalístico. Nestes termos, os discursos do campo jornalístico realizam quatro operações:

- a) Representa os fundamentos de sua prática discursiva;
- b) Representa-se junto aos outros poderes;
- c) Apresenta suas convicções doutrinárias e deontológicas;
- d) Apresenta as representações de um modelo de justiça e de julgamento que, finalmente, se sobrepõe aos clamores e efeitos de outras representações.

Para o âmbito dos sentidos do jornalismo, o desenrolar deste caso, e o seu desenlace, apontam muitas questões interessantes de serem revisitadas pelos pesquisadores. Se a petição é jurídica, onde *Rother* se faz representar, isso tem importância peculiar, pois mostra assim os limites de um campo social cujo modo de construir sentidos, muitas vezes transcende as fronteiras de campos sociais. Mas, o que nos parece mais curioso em tempos de interação das práticas dos campos sociais, é o fato da competência da enunciação jornalística alimentar o argumento jurídico com a especificidade dos seus próprios argumentos. Como se não bastasse esta estratégia para conferir a importância que tem o âmbito das mídias jornalísticas, particularmente, os seus modos de sua interação com outros campos junto a quem impõe a noção de realidade que ele cria, vale sinalizar que quem fecha este circuito de sentidos sobre o caso não é nem o campo político e nem outro campo qualquer, mas o próprio dispositivo jornalístico.

Sintomático, o comentário do *Times* sobre o acolhimento à petição/carta de *Rother*, por parte do presidente Lula. Como que colocando todos nos seus devidos lugares, a nota do jornal diz: «*Continuamos a afirmar que nossa reportagem era correta e justa, como vínhamos dizendo ao longo da semana. Ao mesmo tempo em que expressamos nossos lamentos pela controvérsia política que a história gerou, nossa solicitação ao governo brasileiro não continha nem um pedido de desculpas nem uma retratação*» (Zero Hora e Folha de São Paulo, 15.05.04).

O *Times*, desta feita, inclui-se na carta peticionária feita pela esfera do jurídico para representar os interesses de *Rother*. Dizendo-se, assim, peticionário, associa-se ao repórter para dizer que ele também estava em causa, e também para afirmar, implícita ou explicitamente, que segundo seus

fundamentos argumentados pela petição, a matéria estava correta, dando razão a prática de um modelo de «*jornalismo de afirmação*», já aludido, que não pode admitir que seu modo de enunciar a «representação do outro» possa ser colocada em xeque. Daí porque o *Times* decreta, fechando o caso, exorbitando os efeitos da própria carta-petição, para quem nem ofende, nem pede desculpas e nem se retrata. Num peculiar processo de produção de sentença jornalística faz seu *grand finale*, e que se realiza com os ingredientes de suas convicções deontológicas e morais. Talvez estas sejam as únicas representações que o modelo de jornalismo não se canse de apresentar nem de re-presentar. Neste caso, se o *Times* diz, é verdade. Caso encerrado.

Este caso nos parece exemplar porque possibilita:

- a) Mostrar a ausência de reflexões sobre a construção jornalística, quem levem em conta, além dos seus princípios deontológicos – alguns fundamentos que são referidos por outras teorias sobre as quais ampara-se o modo de dizer jornalístico;
- b) Indicar a presença de uma preocupação mais voltada para o pragmatismo de uma cultura profissional que orienta a noticiabilidade, do que para alguns aspectos que transcendem às suas operações internas;
- c) Revelar que a cultura que orienta o processo de noticiabilidade não pode ser reflexiva, pois isso implicaria por em questão alguns «cânones» dos próprios processos de produção de representações;
- d) Compreender, finalmente, que os processos de engendramentos das representações resultam de muitas transações, especialmente da especificidade da força do poder enunciativo da mídia jornalística para dar forma, pela mediação da linguagem, as representações sobre as instituições, campos e atores sociais.

Os materiais reunidos neste caso poderiam suscitar vários outros objetos para os estudos das mídias, dos processos de investigação jornalístico, sem esquecer as dimensões relacionadas com a questões da ética e da deontologia.

Mas, o que nos chama atenção neste caso envolto em textos e em distintos argumentos, é o retorno das peripécias pregadas pela linguagem para um campo que dela se serve, mas que é pouco reflexivo sobre suas faculdades e seu poder de armar artimanhas. O desafio não está no fato de usar a linguagem a serviço da construção da inteligibilidade dos fatos, utilizando-a assim como instrumentos a serviço da noticiabilidade. De um outro ângulo, a linguagem é constitutiva da própria noticiabilidade e para tanto é preciso se ter uma atitude mais reflexiva sobre o seu papel, e esta não poderia ser reduzida a uma dimensão complementar. Nesta circunstância seria colocada apenas como um «operador auxiliar» para servir aquele que dela se serve. Neste caso, entendida como um «serviço» – ou como instrumento – impossível para aquele que a ela recorre, ter dela uma compreensão estratégica sobre a geração dos efeitos sobre aquilo que diz.

Os discursos jornalísticos disputam ferrenhamente, as condições fixadas por suas regras para estruturar os processos de noticiabilidade e sua respectiva pragmática enunciativa. Avocam suas referências como limites e como imposições que norteiam seu poder de enunciar as representações. Exemplos vários poderiam ser evocados para situar de modo mais específico, mas vale registrar alguns momentos da última campanha eleitoral presidencial que envolveram encontros entre os campos da informação e da política, situações em que o âmbito midiático jornalístico tenta impor

ao campo da política a prevalência das suas regras de enunciação. Convidado para uma entrevista no Bom dia Brasil, da Rede Globo de Televisão, o então candidato José Serra ao construir uma resposta que contrariava a expectativa da entrevistadora Mirian Leitão, era por esta «pilhado» ao vivo, para «*dar resposta a minha pergunta*»... (Neto, 2003)

O texto de Rother, além da estória por ele produzida, gera outros acontecimentos, especialmente áqueles que poderiam desembarcar no campo do jornalismo, para produzir ressonâncias e debates sobre os parâmetros que orientam a cultura jornalística principalmente quanto às suas dimensões deontológicas e éticas.

Além dos princípios que devem fundamentar os processos jornalísticos de enunciação das representações endereçadas para a esfera pública, os jornalistas deveriam refletir sobre os limites que sustentam algumas regras da noticiabilidade. Refletir sobre a importância da linguagem não apenas como um instrumento da sua atividade, mas torná-la envolta pela questão da eticidade. Assim, «*procurar uma linguagem que tente definir as conseqüências do que se escreve. (...) é necessário fazer uma crítica dos textos. É necessário respeitar o sentido das palavras e isso tem a ver com o jornalismo (...). Precisamos de uma ética pragmática da objetividade*». (Dayan, 2004) Sustentar o que se diz envolve, sem dúvida, a questão do poder. Daquele que enuncia, mas também poder de compreensão sobre os dispositivos e os mecanismos que permitem estruturar este dizer.

## Bibliografia

As referências abaixo mencionadas discutem conteúdos relacionados com as questões tratadas por este artigo. Não são, necessariamente, transcrições de fragmentos, mas apenas indicações sobre a pertinência que têm para o contexto do que é aqui analisado.

- Culioli, Antoine (1990), «Pour une linguistique de l'énonciation», In: *Opérations et représentations*, Paris: Orphys.
- Darhnton, Robert (1996), *O beijo de La mourette*, São Paulo: Companhia das Letras.
- Dayan, Daniel (2004), *A noção de terrorismo está ligada aos media*, Lisboa: Diário de Notícias.
- Fausto Neto, Antonio (2003), *Lula presidente – televisão e política na campanha eleitoral*, São Paulo: Hacker.
- Ford, Aníbal (2002), «La exasperacion Del caso», In: *La marca de la bestia*, Buenos Aires: Norma.
- Jeudi-Henri, Pierre (1996.), *Os ardis da comunicação*, Rio de Janeiro: Imago.
- Kovack, Bill, Rosentiel, T. (2004), *Os elementos do jornalismo – O que os jornalistas devem saber e o público exigir*, São Paulo: Geração Editorial.
- Magalhães, Laerte (2003), *Veja, Isto É, leia produção e disputas de sentidos na mídia*. Terezina: UFPI.
- Mouillaud., M, Porto, Sérgio (1997.), *O jornal da forma ao sentido*, Brasília: Paralelo 15.
- Traquina, Nelson (2004), *A tribo jornalística – uma comunidade transnacional*, Lisboa: Notícias Editorial.
- Zelner, Barbie (2000.), «Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa». In: *Comunicação e Linguagens – Jornalismo 2002*, n.º 27, Lisboa: Relógio d'Água.



## O 11 DE SETEMBRO COMO MEGA-ACONTECIMENTO: UM DESAFIO À GLOBALIZAÇÃO

Ao declarar que o «historicismo» se contenta «em estabelecer um laço causal entre os diversos momentos da história» (1940: 169), Walter Benjamin propõe uma concepção de temporalidade não linear que privilegia o instante e o fragmento. O presente contém o passado no seu interior, pois «toda a imagem do passado ... corre o risco de desaparecer com cada instante presente que nela não se reconheceu». (1940: 159) O «agora», tomando a forma de uma única imagem, faz implodir o «tempo homogêneo e vazio», libertando passado e futuro, porque a penetração nas múltiplas camadas da história permite a revelação da temporalidade messiânica. (1940: 169) Esta última corresponde a uma não temporalidade, à presença eterna, a uma essência que permeia os primórdios e o fim da história. Obedecendo ao modelo messiânico, o tempo do presente alimenta-se do passado e do futuro, assimilando-os no seio de si mesmo num gesto circular e auto-referencial.

Nesta perspectiva, o 11 de Setembro pode ser representado como simbolizando o acontecimento singular, passível de desconstruir a actualidade ao operar uma ruptura na história diacrónica. A proliferação incessante de imagens do embate dos aviões nas torres gémeas, dos edifícios incendiados a ruir e de ruas cobertas de escombros lembra-nos que, naquele momento, o tempo parou. A implicação dessa paragem, prenhe de tensão, é a de que o próprio conceito de tempo sofreu uma implosão, dificultando a retoma do ritmo quotidiano após este profundo abalo à estrutura social, económica e política norte-americana. Contudo, o fluxo incessante de imagens contrastou com

**Cláudia Álvares**

Universidade Lusófona de Humanidades e  
Tecnologias

esta desconstrução do tempo: se por um lado o conteúdo destas imagens apontava uma paragem no tempo, por outro lado a estrutura de fluxo interminável sugeria a continuidade temporal.

Esta dicotomia entre desconstrução e continuidade temporais remete para uma questão relevante na análise dos acontecimentos mediáticos: se por um lado o acontecimento pode ser visto como tendo uma função integradora e coesiva, dando continuidade à própria estrutura social, ele simultaneamente pode ter uma função de desintegração, desestabilizando a sociedade ao reforçar os conflitos aí existentes. O 11 de Setembro revela-se integrador e desagregador, pois ao mesmo tempo que serviu para consolidar um comunitarismo ocidental definido contra uma alteridade islâmica ameaçadora, também enfatizou a existência de fissuras numa globalização supostamente homogénea, deixando em aberto divisões acentuadas entre centro e periferia aos níveis global e local.<sup>1</sup> Assim, o 11 de Setembro transcende qualquer tentativa de se o conter dentro de parâmetros rigidamente demarcados, estabelecendo uma ponte entre pólos de dicotomias como centro e periferia, global e local, integração e desagregação, momento e continuidade, fragmento e totalidade. Ao desafiar tais oposições, o 11 de Setembro põe em causa os critérios até agora utilizados para compreender os acontecimentos mediáticos, extravasando as próprias fronteiras de definição de tais fenómenos.

A tentativa de interrogar a cartografia do acontecimento mediático na sequência do 11 de Setembro faz ressaltar, com particular premência, algumas questões às quais este ensaio procurará dar resposta. Primeiro, se o 11 de Setembro foi absorvido por um sistema de sobre-informação, sujeitando-se a um esvaziamento de sentido através da sua reprodução mediática, como consegue ainda hoje afectar, de forma tão profunda, o imaginário ocidental?<sup>2</sup> Se chegarmos à conclusão de que este mega-acontecimento não é apenas um significante flutuante inserido numa cadeia de significantes desprovida de verdadeiro significado, então pode depreender-se que a importância do 11 de Setembro reside na sua capacidade de desconstruir o tempo, a informação, a sociedade e a comunidade imaginada em termos nacionais e regionais. Essa função desagregadora foi orquestrada pelos próprios terroristas, ou seja, por elementos exógenos ao «sistema»: o 11 de Setembro revela-se um novo tipo de acontecimento produzido para os media por aqueles que pretendem desafiar o sistema de globalização de que os media fazem parte.<sup>3</sup> Este acontecimento «monstruoso» roça as fronteiras do ritual mediático, dado o seu efeito de «reinvenção da tradição», reavivando os símbolos de pertença à comunidade ocidental. Assim, a representação mediática da queda das Torres Gémeas pode também ser analisada como procurando abafar laivos desagregadores por forma a reafirmar a hegemonia de um «centro», isto é, do legado cultural iluminista ocidental. Nesta perspectiva, o 11 de Setembro adquire conotações particularmente perversas, pois o ritual

<sup>1</sup> Nesta perspectiva, o 11 de Setembro simboliza o fenómeno da «globalização» contemporânea, pois surge como resposta, enraizada numa especificidade local e contextual, à «economia generalizada» do nosso tempo. Um fortalecimento daquilo que é «local» e particular é assim a outra face visível da grande narrativa da globalização. (cf Hall, 1991: 33)

<sup>2</sup> Esta questão remete para a ideia de que o acontecimento está, em última instância, condenado à morte através da sua reprodução num sistema de sobre-informação que redundava numa subinformação. (Nora, 1974: 255)

<sup>3</sup> Segundo Manuel Castells, as periferias que não adoptarem as novas tecnologias provenientes do «centro» serão excluídas da sociedade em rede que caracteriza a nossa contemporaneidade. «Quando a Rede desliga o *self*, o *self*, individual ou colectivo, constrói o seu significado sem a referência instrumental global: o processo de desconexão torna-se recíproco, após a recusa por parte dos excluídos da lógica unilateral de dominação estrutural e exclusão social.» (Castells, 1996: 29) É curioso constatar que os terroristas responsáveis pelos atentados do 11 de Setembro utilizaram instrumentos do «centro» informacional para combater a hegemonia desse mesmo centro.

mediático ao qual dá origem foi, em parte, ditado pelo «outro», com o intuito de utilizar os media como espaço público de contestação, combate e confronto em tempo real.

## A Sobre-Informação e o Hiper-Real

Segundo Pierre Nora, todas as sociedades têm necessidade de domar o acontecimento. Este, enquanto símbolo de novidade, ameaça romper com as estruturas sociais prevaletentes, introduzindo alterações no status quo. Enquanto as sociedades primitivas procuravam domar o acontecimento através dos rituais de poderes instituídos, religiosos ou outros, destinados a reforçar a coesão comunitária e a expurgar o sentimento de ansiedade conotado com a novidade, as sociedades contemporâneas «exorcizam» o acontecimento através da sua «conjuração». Ao gerar o acontecimento, repetindo-o vezes sem conta, o sistema mediático de sobre-informação aniquila o acontecimento, destituindo-o de novidade.<sup>4</sup> (1974: 254-55) Paradoxalmente, a conversão do 11 de Setembro num «mega-acontecimento» mediático condena à morte a novidade inerente ao acontecimento, dada a integração deste último num sistema de informação excessivo que redundava numa ausência de verdadeira informação. O 11 de Setembro consistiria assim em mais uma manifestação de um significante flutuante, parte integrante de uma cadeia de significantes esvaziados de qualquer significado fixo.

Numa primeira fase, este acontecimento mediático pode ser interpretado como tendo conduzido à subversão do telejornal informativo. Segundo a definição clássica de Dayan e Katz, enquanto as notícias instauram o tempo da banalidade quotidiana, os acontecimentos mediáticos introduzem um corte na normalidade ao proceder à desorganização da grelha de programação. (Mesquita, 2003c: 360-61)

«Na medida em que a programação televisiva generalista instaura o ritmo da vida quotidiana, a sua abolição, sob o impacto de um só acontecimento, julgado de importância decisiva, ou mesmo histórica, seria por si só suficientemente forte para desencadear a ruptura temporal própria do fenómeno ritual.» (Mesquita, 2003c: 361)

Foi precisamente o que se sucedeu com o 11 de Setembro: a informação televisiva foi bruscamente interrompida pela enormidade de um acontecimento, acontecimento esse que fez subordinar o ritmo do quotidiano ao instante. Contudo, se nos cingirmos aos pressupostos de Nora, o corte representado por este acontecimento «monstruoso»<sup>5</sup> (1974: 248-49) foi rapidamente atenuado por um sistema de sobre-informação que o esvaziou de sentido, sendo que aquilo que anteriormente constituía um fragmento ou um momento temporal se converteu na estrutura hegemónica da grelha de programação.

Nas suas obras recentemente publicadas sobre o 11 de Setembro<sup>6</sup>, Jean Baudrillard e Slavoj Žižek parecem depender do legado conceptual de Nora na sua tentativa de compreender este

<sup>4</sup> Para Nora, a conjuração da novidade «consiste em fazer dela, até aos limites da redundância, o essencial da mensagem narrativa», conduzindo à destruição do próprio sistema de informação. O que é conjurado é assimilado por um sistema de informação repetitivo que exorciza a novidade. (Nora, 1974: 255)

<sup>5</sup> O acontecimento é monstruoso, segundo Nora, não por transcender os parâmetros do banal, mas antes porque o sistema de sobre-informação impõe a «eclosão de acontecimentos maciços» por forma a satisfazer uma infinita «fome de acontecimentos», fome essa que apenas pode ser saciada através de uma incessante produção do novo e do sensacional. (Nora, 1974: 249)

<sup>6</sup> Referimo-nos às obras intituladas *O Espírito do Terrorismo* de Jean Baudrillard e *Welcome to the Desert of the Real* de Slavoj Žižek.

«mega-acontecimento». Enquanto Baudrillard articula o 11 de Setembro como imagem-acontecimento, Zizek considera-o uma ficção suprema que perde qualquer contacto com a realidade referencial. O 11 de Setembro torna-se assim mais um fragmento imaterial que habita o «deserto do real». Apesar de os autores partirem do pressuposto de que o 11 de Setembro consiste num simulacro, discordam quanto aos efeitos deste simulacro no mundo envolvente. Baudrillard refere que este acontecimento assinala um ponto de não retorno. Zizek, por sua vez, assevera que a estrutura subjacente ao nosso contexto social, económico e político se mantém relativamente inalterada.

Tudo indica, assim, que o sistema contemporâneo de sobre-informação apontado por Nora simboliza um entrelaçamento de realidade e ficção, caracterizando-se o acontecimento mediático por um «excesso de real», isto é, uma «hiper-realidade». O produto mediático hiper-real produz uma realidade que lhe é própria, realidade essa que não aponta para um referente situado exteriormente aos *media*. As imagens televisivas deixam de ser transparentes, uma mera cópia de uma realidade exterior. Passam antes a constituir simulacros, significantes independentes de qualquer significado no domínio extra-mediático.

O 11 de Setembro corresponde, para Baudrillard, a um acontecimento hiper-real, em que a imagem, a ficção e o virtual se fundiram numa realidade. (2002: 34) Zizek, por seu turno, defende que o espectáculo teatral do 11 de Setembro contém, no seu interior, a semente do real, realidade essa que apenas podemos aceitar se a compreendermos como ficção. (2002: 19) Segundo Baudrillard, a violência terrorista não pode ser reduzida ao regresso do real, ou ao regresso da história, sendo antes necessário captar a sua dimensão simbólica. (2002: 36) Este simbolismo deriva do facto de os terroristas converterem as suas próprias mortes na arma absoluta contra um sistema que se alimenta da exclusão da morte, isto é, um sistema que idealiza um grau «zero» de mortes. Como acontecimento absoluto, o 11 de Setembro assinala a irrupção da morte hiper-real, mais do que real, o que equivale à morte simbólica ou sacrificial. (Baudrillard, 2002: 21)

«Não só essas pessoas não lutam com as mesmas armas, porque põem em jogo a sua própria morte, para a qual não há resposta possível («são uns cobardes»), como se apropriaram de todas as armas da potência dominante. O dinheiro e a especulação bolsista, as tecnologias informáticas e aeronáuticas, a dimensão espectacular e os canais mediáticos: eles assimilaram tudo da modernidade e da mundialidade, sem mudarem de rumo, que é o de a destruir.» (Baudrillard, *O Espírito do Terrorismo*, 2002: 24-5)

Aspirando a uma guerra limpa, de cariz tecnológico, com um mínimo de mortes, os inimigos do terrorismo têm que o combater no frágil terreno da realidade, frágil porque o sistema capitalista se tornou particularmente vulnerável em qualquer um dos seus pontos, dada a sua extensão global através de uma rede totalizadora. (Baudrillard, 2002: 13, 22) O que caracteriza o capitalismo globalizado, de acordo com Zizek, é uma actividade social desenfreada que camufla a uniformidade, a ausência de substância e de um verdadeiro acontecimento.

«Encontramos hoje, no mercado, uma série de produtos destituídos das suas propriedades malignas: café sem cafeína, natas sem gordura, cerveja sem álcool ... guerra sem combate ... uma política sem política, até ao multiculturalismo tolerante dos dias que correm como a experiência do outro destituído da sua alteridade.» (Zizek, *Welcome to the Desert of the Real*, 2002: 11)

A vida real foi assim destituída de materialidade, de substância, invertendo-se num «espectáculo sepulcral». (Zizek, 2002: 14) Esta imaterialidade, ou ausência de substância, prevalece na representação do colapso das Torres Gémeas.

«Enquanto o número de vítimas – 3000 – é repetido até à exaustão, é surpreendente que se veja tão pouca carnificina ... nem corpos desmembrados, nem sangue, nem rostos desesperados de moribundos ... em contraste com reportagens de catástrofes no Terceiro Mundo.» (Zizek, *Welcome to the Desert of the Real*, 2002: 13)

Assim, podemos depreender que o Ocidente se define como imaterial em oposição à realidade do Terceiro Mundo. Hostil à possibilidade de o 11 de Setembro simbolizar a interferência do Real na imaterialidade do mundo desenvolvido, Zizek alega que aquele acontecimento carece, ele próprio, de materialidade. O facto de este ser imaterial prende-se com a sua representação virtual, destituída de uma essência Real. Porém, no fim deste processo de virtualização começa-se a viver a realidade «real» como se esta fosse uma entidade virtual. (Zizek, 2002: 11) Por outras palavras, a imaterialidade do 11 de Setembro contribui para desmaterializar o Real.

Embora, para o alívio de muitos, o 11 de Setembro tenha assinalado o fim da virtualidade e a ressurreição do Real, Baudrillard propõe que neste mega-acontecimento não é a imagem do ataque terrorista que se impõe à violência do Real, sendo antes a brutalidade do Real a impor-se à imagem. (2002: 35) Ao mesmo tempo que os acontecimentos de Nova Iorque radicalizaram a situação do mundo, também radicalizaram a relação da imagem com a realidade. Enquanto anteriormente se assistiu à profusão ininterrupta de imagens triviais e de pseudo-acontecimentos, o acto terrorista de Nova Iorque ressuscitou, simultaneamente, imagem e acontecimento. Contudo, o papel da imagem é ambíguo, devido ao facto de exaltar o acontecimento ao mesmo tempo que o torna refém de si mesma. (Baudrillard, 2002: 33) Ao multiplicar o acontecimento até ao infinito, a imagem converte o acontecimento num entretenimento, neutralizando-o. Desta forma, a imagem é mais uma vez desmaterializada, desprovida de substância.

«A imagem consome o acontecimento, no sentido em que o absorve e o dá a consumir». (Baudrillard, 2002: 34)

Quer Baudrillard, quer Zizek consideram que o 11 de Setembro conduz, em última instância, a uma neutralização do real, desmaterializando-o. Porém, enquanto Baudrillard supõe que o êxito do terrorismo reside na sua dimensão simbólica, Zizek sustenta que por detrás das «camadas de véus imaginários ou simbólicos» (2002: 31) não há nenhum Real tangível. Para Zizek, a imaterialidade do 11 de Setembro espelha a desmaterialização da vida antes desse mega-acontecimento. Baudrillard, por sua vez, afirma que o 11 de Setembro assinala o regresso do acontecimento que contrasta com o pseudo-acontecimento, repetitivo e redundante, tal como a Guerra do Golfo, a Guerra no Afeganistão ou a Guerra no Iraque. (Baudrillard, 2002: 17, 41) Símbolo do acontecimento absoluto, o 11 de Setembro torna-se um simulacro absoluto, isto é, um acontecimento fictício que se autonomiza de acontecimentos anteriores, constituindo uma realidade própria. O 11 de Setembro introduz uma nova ordem na medida em que todos os acontecimentos que lhe são anteriores parecem não passar de pseudo-acontecimentos: apenas este acontecimento absoluto abre caminho ao singular e ao imprevisível dado simbolizar o acto único que provoca uma ruptura no sistema de mercado capitalista. (Baudrillard, 2002: 14, 41)

No entanto, se por um lado o 11 de Setembro é dado a consumir enquanto imagem-acontecimento, neutralizando o impacto do acontecimento, como é que esse mesmo acontecimento remete para o acto único que opera um corte total no capitalismo globalizado? Esta contradição, patente no pensamento de Baudrillard, pode ser indicativa da dificuldade em aplicar as definições até agora existentes ao 11 de Setembro enquanto mega-acontecimento. Parece-nos que a imagem-

acontecimento não desmaterializou o impacto do 11 de Setembro, convertendo-se antes num «espaço público» de definição, transmissão e contestação de um determinado legado cultural e imaginário comunitário.

## Hegemonia e Consenso: Centro e Periferia

Os acontecimentos mediáticos consistem em eventos colectivos de um enorme poder social integrativo (Mesquita, 2003a: 31), servindo para ligar audiências dispersas sob a égide de um imaginário comunitário. De acordo com Mário Mesquita, ao recorrer-se à construção cultural de acontecimentos cerimoniais, visa-se exorcizar a violência perturbadora de acontecimentos isolados e fragmentados. (2003a: 34) Os acontecimentos cerimoniais fundamentam-se frequentemente na reinvenção da tradição, no reavivar da história e dos valores comunitários. (Mesquita, 2003b: 309-10) O 11 de Setembro, enquanto acontecimento mediático, equivale ao acontecimento isolado e fragmentado que rompe com uma determinada ordem social. Porém, este acontecimento isolado adquire ele próprio uma dimensão ritualista dado o seu poder integrativo, permitindo criar um consenso hegemónico na sociedade ocidental (principalmente norte-americana e anglo-saxónica) relativo aos valores democráticos iluministas que se contrapõem ao fundamentalismo muçulmano.

Tal concepção dicotómica confirma a célebre tese de Samuel Huntington sobre o conflito de civilizações. Segundo este autor, a principal fonte de conflito na contemporaneidade não será ideológica nem económica, mas antes cultural. Nesta perspectiva, os problemas fulcrais da política global irão ocorrer entre diferentes grupos civilizacionais. (1996: 2) Subjacente a esta tese está uma clara dicotomia entre o Ocidente e «o Outro», sendo que Huntington não especifica o número de civilizações existentes nem a forma como estas se diferenciam umas das outras. (Benhabib, 2002: 40) Na opinião de Edward Said, Huntington converteu as civilizações e as identidades em entidades herméticas e enclausuradas, libertas da história de troca, intercâmbio e partilha intrínsecas à cultura. (Said, 2001: 2)

Com efeito, o 11 de Setembro consiste num «intercâmbio cultural», na medida em que corresponde a um rito orquestrado por elementos exteriores ao sistema, antagónicos ao próprio sistema: este acontecimento foi «encenado» por aqueles que procuravam abalar a comunidade imaginada do Ocidente. Assim, a função integradora do 11 de Setembro revela-se particularmente perversa, pois vai ao encontro dos desejos daqueles que declararam guerra ao capitalismo globalizado, representado metaforicamente pelas Torres Gémeas, e que buscavam, com essa declaração, surtir uma resposta linear e directa da parte do Ocidente. Se partirmos do pressuposto de que a função coesiva dos acontecimentos mediáticos se prende com a sua capacidade de reproduzir uma estrutura social dominante, legitimando um «centro» hegemónico, constatamos que o 11 de Setembro operou um deslocamento desse centro mítico: a tentativa terrorista de «ripostar ao centro» consistiu numa orquestração da memória cultural do «centro» a partir das periferias. Nesta perspectiva, a função integrativa do 11 de Setembro aponta uma desintegração ao nível da globalização. Este mega-acontecimento simboliza o fragmento que rompe com a estrutura social vigente constituída em torno da globalização enquanto «narrativa dominante» pós-moderna.

O imaginário ocidental deixou-se influenciar tão profundamente pelo 11 de Setembro precisamente porque este último conduziu à desintegração da forma como o Ocidente se definia a

si próprio: a celebração do descentramento rizomático, da implosão de identidades pós-modernas bem como do fim das narrativas de legitimação foi contaminada pelo «empírico»<sup>7</sup> e o Ocidente foi obrigado a confrontar o facto de a globalização ser, mais do que pós-moderna, parte integrante do legado iluminista ocidental.<sup>8</sup> Assim, a importância do 11 de Setembro reside na sua capacidade de desconstruir tempo, identidade, informação e comunidade aos níveis nacional e global. Deste ponto de vista, cumpre uma função primordialmente desintegradora, desencadeando rupturas no consenso vigente relativo quer ao processo de globalização, quer à forma como o Ocidente se imagina a si próprio.

Simultaneamente integrador e desagregador, o 11 de Setembro revela-se palco de uma negociação constante entre «centro» e «periferia»: se por um lado este acontecimento mediático serviu como espaço público que conferiu visibilidade simbólica a identidades marginalizadas pela narrativa de globalização dominante, permitiu ao centro assumir, sem pudor, a sua herança moderna de progresso, evolução e desenvolvimento culturais. Desta forma, parece-nos que o «centro» procura dominar a função desintegradora do 11 de Setembro ao apelar para um legado cultural enraizado nos primórdios da modernidade.<sup>9</sup> Este mega-acontecimento corresponderá assim a uma tentativa de reavivar os valores comunitários que caracterizam o Ocidente, valores esses que podem ser mais claramente definidos a partir do momento que tomam forma contra uma alteridade tangível.

## O Retorno do Panóptico

O 11 de Setembro tornou-se um espaço visível de disputa entre duas visões antagónicas do mundo, correspondendo a primeira ao capitalismo secular moderno e a segunda à religião monoteísta. Baseando-se em Max Weber, Seyla Benhabib afirma que as grandes religiões seguiram caminhos distintos no confronto com a modernidade: enquanto o protestantismo – mais especificamente o calvinismo – procurou transformar a salvação religiosa numa vocação de árduo trabalho ao serviço de Deus, outras houve que optaram por se retrair do mundo envolvente. Uma terceira opção foi a da separação acentuada entre as esferas da vida que se enquadram sob os ditames éticos da religião e as esferas públicas em que uma maior flexibilidade e compromisso são possíveis. Segundo Benhabib, no mundo islâmico praticou-se uma separação rígida entre a observação religiosa (o domínio da vida familiar e das práticas quotidianas da oração, higiene,

<sup>7</sup> Segundo Gayatri Spivak, a aldeia McLuhaniana torna-se uma metáfora contaminada pela empírico, na medida em que a sociedade globalizada fragmenta-se sob a enorme diversidade de condições económicas aí existentes, diversidade essa que McLuhan não previu. A comunicação electrónica, que lidera o processo de globalização, abre caminho à existência de um «enclave secessionista» dos «mais desenvolvidos» que dispensam mão-de-obra barata. Desta forma, as novas tecnologias podem incrementar desigualdades já existentes entre os hemisférios Norte e Sul. (Spivak, 1999: 393)

<sup>8</sup> De acordo com Stuart Hall, o Iluminismo representa uma alteração epistémica significativa no processo colonial. Enquanto anteriormente ao século XVIII se tinha conceptualizado a diferença em termos de ordens ontológicas distintas, a partir do Iluminismo passou a vigorar uma ordem ontológica única, a da civilização humana. Contudo, esta perspectiva universalizante do humano procurava classificá-lo de acordo com uma escala evolucionista, indo do menos ao mais desenvolvido. (Hall, 1996: 252) A grande narrativa da globalização é parte integrante do legado iluminista, dada a sua perspectiva totalizadora que se baseia num conceito linear de progresso, unindo a periferia ao centro.

<sup>9</sup> Este legado cultural traduz-se pelos valores Iluministas seculares antagónicos à moral religiosa, tornando-se centrais, no actual contexto ocidental, como garantia de Democracia e de Segurança.

alimentação e sexualidade) e a esfera da economia de «bazar» (mercado). A globalização tem vindo a destruir este equilíbrio frágil entre esferas separadas, o que ameaça o modo de vida islâmico. (Benhabib, 2002: 42-3)

Referindo-se à pós-modernidade como assinalando o desvanecimento de dicotomias rígidas entre centro e periferia, observador e observado, significante e significado, cópia e modelo original, causa e efeito, público e privado, Baudrillard pressupõe que o declínio do regime especular da modernidade conduz ao fim da sociedade de espectáculo. O paradigma do panóptico, enquanto disposição arquitectónica da prisão ideal, assentava no modelo da causalidade, modelo esse que na pós-modernidade foi substituído pelo metáfora do ADN, consistindo em espirais entrelaçados de matéria orgânica sem princípio nem fim nítidos. (Baudrillard, 1981: 45-6)

Benhabib enfatiza que a ameaça pós-moderna ao modelo de esferas separadas do Islão representada pelo Ocidente é primariamente uma ameaça à vida familiar e pessoal, e não uma ameaça ao espaço público da economia.

«A modernização técnica, que traz consigo os aparelhos da modernidade como os computadores, vídeos, DVDs, telemóveis, parabólicas, não constitui nenhuma ameaça ao Islão. Há antes uma exploração feroz de todos os novos *media* por forma a divulgar a perspectiva do Islão. O capitalismo financeiro também não é problemático para os muçulmanos. Existem tentativas em todo o mundo islâmico de reconciliar a charia<sup>10</sup> com as modernas instituições financeiras.» (Benhabib, 2002: 43)

Os muçulmanos associarão os EUA a Hollywood e à cultura de massas, ao serem diariamente confrontados com imagens, propagadas pelo capitalismo globalizado, de permissividade, emancipação feminina e igualdade entre os sexos, imagens essas que encobrem o legado de puritanismo norte-americano. Face à ameaça ao seu modo de vida, a diáspora islâmica procura manter uma rígida separação entre esferas pública e privada nos novos países de acolhimento ocidentais. Contudo, os filhos desses imigrantes renegoceiam, constantemente, códigos sígnicos entre Islão e Ocidente, seja através de instituições educacionais, seja através da influência da cultura de massas. O *affaire foulard* (caso do véu) em França, em que algumas alunas muçulmanas utilizaram o *hijab* tradicional, habitualmente associado ao patriarcado religioso, como símbolo de desafio às tradições totalizadoras do republicanismo francês, exemplifica esta negociação.

«O véu espelha, aos olhos dos pais e dos avós, as ilusões de continuidade enquanto simboliza a descontinuidade; torna possível a transição para a alteridade (modernidade) sob o pretexto da identidade (tradição); cria o sentimento de identidade com a sociedade de origem enquanto o seu significado está inscrito na dinâmica de relações com a sociedade anfitriã ... é um veículo de passagem para a modernidade dentro de uma promiscuidade que confunde as distinções tradicionais, de um acesso a uma esfera pública que era proibida às mulheres como espaço de acção e constituição de autonomia individual.» (François Gaspard e Farhad Khosrokhari, 1995: 44-5)

Curiosamente, o 11 de Setembro possibilitou o regresso do panóptico no Ocidente, isto é, o regresso das dicotomias que alegadamente foram dissolvidas na pós-modernidade. Considerando que a ordem mundial se centra agora, de forma obsessiva, em garantir segurança contra um perigo obscuro, indefinido e ubíquo, talvez aquela assinale o retorno do binómio observador/observado.

<sup>10</sup> A charia é habitualmente definida como a lei islâmica revelada no Alcorão, consistindo num conjunto de regras relativas à vida religiosa, política, social e familiar dos muçulmanos.

Assim, as comunidades não só procuram definir-se mais rigidamente contra os seus outros (os observados), como também procuram símbolos através dos quais possam viver a sua identidade enquanto totalidade unificada, coesa e não fissurada. Tais símbolos tornam-se particularmente apelativos numa era de insegurança crescente em que as dicotomias conferem estrutura à desintegração generalizada. O 11 de Setembro pode assim ser lido como símbolo do regresso da sociedade de espectáculo, representando o espectáculo absoluto que provocou uma ruptura radical na própria pós-modernidade.

## Referências

- Baudrillard, Jean (2002) *O Espírito do Terrorismo*, trad. Fernanda Bernardo. Porto: Campo das Letras.
- Baudrillard, Jean (1981) «O Fim do Panóptico», in *Simulacros e Simulação*, trad. Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio d'Água, Coleção Antropos, 1991.
- Benhabib, Seyla (2002) «Unholy Wars», in *Constellations: International Journal of Critical and Democratic Theory*, Vol. 9 nº 1. Londres: Blackwell.
- Benjamin, Walter (1940) «Teses sobre a Filosofia da História», in *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, trad. Manuel Alberto. Lisboa: Relógio d'Água, Coleção Antropos, 1992.
- Castells, Manuel (1996) *A Sociedade em Rede*, trad. Alexandra Lemos et al. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.
- Gaspard, François e Farhad Khosrokhari (1995) *Le Foulard et la République*. Paris: Découverte.
- Hall, Stuart (1996) «When was “the Post-Colonial”? Thinking at the Limit», in Iain Chambers e Lidia Curti (org.) *The Post-Colonial Question: Common Skies, Divided Horizons*. Londres: Routledge.
- Hall, Stuart (1991) «The Local and the Global: Globalisation and Ethnicity», in Anthony King (org.) *Culture, Globalisation and the World-System*. Londres: Macmillan Press.
- Huntington, Samuel (1996) *The Clash of Civilisations and the Remaking of World Order*. New York: Simon and Shuster.
- Mesquita, Mário (2003a) «Celebração e Excomunhão nos Acontecimentos Mediáticos», in *O Quarto Equívoco: O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- Mesquita, Mário (2003b) «O Performativo Cerimonial – Da Praça Pública à Televisão», in *O Quarto Equívoco: O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- Mesquita, Mário (2003c) «A Construção Televisiva de Acontecimentos Festivos», in *O Quarto Equívoco: O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*. Coimbra: Minerva.
- Nora, Pierre (1974) «O Regresso do Acontecimento», in Jacques Le Goff e Pierre Nora (org.) *Fazer História*, trad. Maria Eduarda Correia. Lisboa: Bertrand, 1977.
- Said, Edward (2001) «The Clash of Ignorance», in *The Nation*, <http://www.thenation.com/>, 22 de Outubro.
- Spivak, Gayatri (1999) *A Critique of Postcolonial Reason: Toward a History of the Vanishing Present*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Zizek, Slavoj (2002) *Welcome to the Desert of the Real: Five Essays on September 11 and Related Dates*. Londres: Verso.



## AS CONSTRUÇÕES DO LUTO APÓS A MORTE DE DIANA\*

O alarido provocado pelo funeral da princesa Diana não se dissipou bruscamente como um trovão num céu azul. Essa agitação carece ainda de diagnóstico. Convida a uma cartografia ou a uma etnografia da emoção. Porque é que o funeral se revestiu de tamanha importância? Porque é que a Princesa Diana foi promovida a símbolo? Porque é que ela se tornou o «elemento congregador»? E de que forma hoje existe «um elemento congregador»? O que substituirá o seu valor simbólico? E como? Vários textos tentaram responder a estas questões. Cerca de dois anos depois da morte da princesa, é importante pôr o acontecimento em perspectiva, fazer o seu balanço. Isso implica sublinhar o papel desempenhado por um parceiro essencial, um parceiro fotografado, filmado, enumerado, invocado sem interrupção; uma personagem no entanto pouco conhecida: o público.

O público era de facto o principal actor deste funeral, como de muitos outros acontecimentos que classificámos, com conhecimento de causa, de «populistas». Desdobrado em vários papéis distintos, o desempenho do público atravessa o acontecimento, mudando constantemente de registo e intensidade. O seu desempenho mostra que um público não é simplesmente um grupo de indivíduos, mas um conjunto de práticas que não são imutáveis. O desaparecimento de Diana revela afinal um público seguro de si, capaz de interpretar o acontecimento, de negociar a sua forma, de redefinir o estatuto da monarquia, de inventar novas formas de luto, de improvisar comemorações.

**Daniel Dayan**

CNRS, Paris

**Elihu Katz**

University of Pennsylvania

\* Tradução de Clara R. Caldeira.

## Construir o sentido do acontecimento

O anúncio da morte da princesa Diana desencadeia uma intensa actividade reflexiva. O público revela-se dotado de memória, ou melhor, de diferentes memórias. É mobilizando essas memórias que começa a construir o sentido do acontecimento. Cada público o fará à sua maneira, uma vez que a imensidão de públicos reunidos em frente à televisão não se traduzem numa homogeneização de leituras. Assim, para o público britânico a memória mobilizada reenvia a uma cerimónia precedente: o casamento de Carlos e Diana. Esse casamento permitia à família real designar Diana como sua representante junto do povo. O divórcio, e depois a morte da princesa inviabilizam essa mediação, deixando o gosto de uma promessa não-cumprida, de um contrato cancelado, o que confere ao funeral uma vertente de protesto. Ao contrário, para o público egípcio, a memória mobilizada é uma memória colonial. «Os serviços secretos britânicos assassinaram Diana para salvar o trono. Os Windsor sabiam que Diana ia casar com um muçulmano, que teriam um filho chamado Mohammed ou uma filha chamada Fatima, e que seria irmão ou irmã do rei de Inglaterra, chefe da Igreja Anglicana.» No cerne desta memória – onde se reconhece o tema caro a Benjamin Barber «Jihad contra o Mundo Mac» – Diana volta à cena invertendo um cenário colocado por Salman Rushdie. Um muçulmano traidor, passado para o lado ocidental, é condenado à morte pelas auto-proclamadas autoridades islâmicas. Uma jovem mulher ocidental vê a sua ligação com um homem de origem muçulmana reivindicada como uma conversão. Não lhe resta outra coisa senão ser condenada, desta vez, pela família real britânica. A cada público o seu acontecimento.

## Exigir o funeral

Mas este público não se contenta em propor a sua própria interpretação do acontecimento. Este público – neste caso, o inglês – exige um funeral nacional, apesar das reticências daqueles que deviam ser os seus organizadores. O funeral da princesa Diana constitui um acontecimento certamente monárquico, mas fruto de uma concessão; um acontecimento cujos «organizadores» aceitaram como se aceita um ultimato. A rainha Isabel está lá, de chapéu e mala ao ombro, com um revólver invisível atrás das costas. Durante uma sessão fotográfica cuidadosamente preparada, a rainha está em frente a Balmoral, e inspecciona os ramos de flores colocados junto às grades. Philip mostra intenção de ler uma carta de condolências. O público ao qual este pequeno espectáculo se destina tem tanto mais poder que é neste contexto um público de papel, um recurso argumentativo. É o público contabilizado, o das sondagens aquele do qual se invoca – na terceira pessoa – a força legitimadora. É perante este público soberano que a soberana acabará por se inclinar. A urna funerária de Diana tinha que passar por lá.

## Assinalar a sua lealdade

A partir da transmissão televisiva do acontecimento, o público de papel torna-se num público composto por espectadores. Estes espectadores são investidos do papel de súbditos de sua Majestade. O funeral da princesa Diana insere-se num género cerimonial muito preciso. A homenagem prestada a alguém célebre constitui uma reafirmação por parte do público da sua fidelidade

às normas ou à instituição que essa personalidade representa. Mas a homenagem prestada a Diana não contém nenhuma referência a normas (que ela abertamente transgrediu). E não é acompanhada por nenhuma afirmação de lealdade em relação a instituições (instituições que a princesa já não representa). Na verdade, a homenagem prestada a Diana prende-se com ela própria. Numa atmosfera de reivindicação populista, Diana é celebrada pelo seu próprio valor e já não pelo seu poder de mediação em relação à monarquia. Ela é a verdadeira rainha: «*the queen of hearts*» (a rainha dos corações). Esta transformação é eventualmente o principal efeito do acontecimento. Sem afectar aparentemente o desenrolar do ritual anunciado, a transformação do estatuto da princesa constitui o verdadeiro ritual. O funeral não é simplesmente a separação de Diana do mundo dos vivos, é também a reformulação do seu lugar na monarquia, e a reavaliação da legitimidade desta face ao público. Um desafio é lançado à monarquia que renegou a princesa. Na ordem das soberanias, perfila-se uma nova hierarquia.

### Improvisar comportamentos de luto

Diana viva é uma imagem. Morta, põe em curso o programa que a televisão cerimonial propõe em circunstâncias idênticas (os funerais de John Kennedy, Indira Ghandi, Enrico Berlinguer, Martin Luther King). Os espectadores reúnem-se nos apartamentos, nos *halls* dos hotéis, nos cafés. As ruas esvaziam-se. O acontecimento desencadeia uma quantidade dispersa de celebrações domésticas, uma diáspora de celebrações privadas. Mas, paralelamente ao funeral e às celebrações domésticas, uma terceira série de manifestações vem para as ruas oferecer aí o espectáculo das devoções pessoais. Num acto de desconfiança em relação aos organizadores, os londrinos assistem ao cortejo, mas trazem as suas próprias flores. A ausência de uma verdadeira tutela do acontecimento traduz-se numa série de actividades rituais improvisadas, uma espécie de construção do luto. O funeral da princesa Diana marca uma nova etapa na transformação do agir cerimonial.

Numa primeira fase, a projecção do cerimonial na televisão provocava a transformação do espaço doméstico, transformando os acontecimentos públicos em cerimónias privadas. A partir deste momento, as celebrações privadas parecem abandonar o domicílio para voltar ao espaço público. Expressam-se aí como cerimónias públicas, juntando-se a outras celebrações privadas, tornam-se colectivas pela sua própria multiplicação. A actuação do público é abertamente dirigida a outros públicos. Solicita reacção: vejam-me a ver. Respondam à minha resposta.

### Comemorar

A memória institucional dispõe do poderoso aparelho comemorativo disponibilizado pelas tradições religiosas e pelas religiões civis. Madre Teresa tem direito a ele, Diana não. Ela já não faz parte da família real. Tem, no entanto, acesso a outro tipo de memória, uma memória gerada pelos panteões privados ou comerciais. Estes panteões, que oferecem o tipo de imortalidade dada a Marilyn Monroe ou a Elvis Presley, estão prontos a recuperar e a ficcionar a sua biografia, a filmá-la sem concessões (Oliver Stone), em cores doces (Richard Attenborough) sob a forma de desenho animado (Diana e os 7 *paparazzi*). Essa imortalidade já foi desencadeada. E está pronta a ser reciclada até ao infinito.

No entanto, existe sempre uma alternativa a essas reciclagens. Um culto é prestado à princesa, no meio caminho entre o clube de fãs e a devoção a relíquias santas. Uma religiosidade difusa, próxima da memória familiar, leva os celebrantes a ocupar o espaço público nas portas da propriedade dos Spencer, ou nos acessos do túnel parisiense onde se deu o acidente. Perto da ponte de Alma, as oferendas e as mensagens empilham-se junto a uma chama que o acaso colocou no sítio certo: flores de plástico, fotografias, bonecos, cartazes, cachecóis dos clubes de futebol, roupas, velas. Uma personagem misteriosa cresce todas as noites no local do acidente. Visível desde a entrada do túnel, o pilar fatídico (o pilar «treze») faz parte de um percurso turístico entre a Torre Eiffel e o Grand Palais. Os responsáveis pela limpeza da cidade já não sabem se hão de deixar as flores e as oferendas ou cometer o sacrilégio de as retirar. Entre as vassouradas, vão tirando fotografias. Os *graffiti* e as relíquias não desaparecerão sem deixar rasto.

O culto prestado a Diana não se limita aos públicos europeus. Durante anos, a fotografia da princesa artificialmente a sorrir ornamentou os cabeleireiros do terceiro mundo. A sua forma de andar, a sua aparência, o seu corte de cabelo, claramente prestáveis aos comportamentos miméticos, são suficientemente conhecidos para permitir a forma mais extrema de apropriação: o transe da possessão.

De facto, o tratamento que a memória selectiva reserva à princesa é privilegiado, mas sincrético. A homenagem que Elton John lhe presta é partilhada com Marilyn Monroe. A chama junto à qual os turistas da ponte de Alma se juntam relaciona-se com Diana por um mal-entendido. Talvez daqui a algumas centenas de anos, Diana e Teresa deixem de ver as suas qualidades emigrar de uma para a outra, e passem a ser confundidas num culto comum. Elas atingirão então a imortalidade do arquétipo, e o seu anonimato.

## Entrar na imagem

A actividade do público, e em particular, as práticas celebratórias, comemorativas, que vimos ser improvisadas em homenagem à princesa morta, podem ser lidas à luz da oposição sublinhada pelo antropólogo indiano Arjun Appadurai. Este antropólogo distingue dois universos a que chama respectivamente «ethnoscape» e «mediascape». O primeiro constitui a paisagem em que vivemos, morremos, produzimos e nos reproduzimos. O segundo, a paisagem catódica que habitamos alguns instantes ou horas por dia. A descontinuidade entre as duas paisagens, a incompatibilidade entre os dois universos, é normalmente percebida como uma dissonância dolorosa, um exílio. Os membros de certos públicos sentem-se mantidos à distância, para sempre afastados do centro.

Estes tentam agora ultrapassar essa oposição, articular «ethnoscape» e «mediascape», estabelecer um contacto com o centro, provar o sabor da fama. As comemorações e as homenagens em torno da princesa são assim peregrinações, encontros com um «sagrado» definido em termos de inacessibilidade. E a princesa Diana desempenha aqui o papel de um começo, de uma entrada, de uma ligação entre os mundos, representa o ponto em que as grandes periferias podem, de pleno direito, e sem sanção violenta, aproximar-se da ostentação, da «pompa e circunstância». Diana é efectivamente uma Santa, porque permite a intercessão. Àqueles que lhe prestam culto, proporciona, em troca, a entrada no «mediascape», a aproximação à aura.

## O ATAQUE AO SÍTIO WEB DA AL-JAZEERA OU O ANUNCIADO SALTO DAS NOTÍCIAS DA RETAGUARDA PARA A LINHA DA FRENTE

### Introdução

Procuramos neste artigo sustentar que a guerra do Iraque (19/3 – 1/5/2003) foi a ocasião em que, mercê de um conjunto de factores combinados, as notícias fizeram a sua entrada em cena no teatro da *guerra informática*.

As notícias assumiram desde sempre um papel fulcral na chamada guerra da informação, a guerra paralela à convencional que tem lugar no campo da comunicação e na qual as normas deontológicas do jornalismo são frequentemente preteridas em favor de um «imperativo» de «unidade nacional». A partir do momento em que passam a estar *online*, além de continuarem a sua cruzada no âmbito da guerra da informação, as notícias incorrem num terreno novo, onde se encontram investidas de um valor diferente a diversos níveis e de um valor particularmente importante a nível militar.

Efectivamente, trata-se de um terreno que conhece novas formas de destruição, próprias de um tempo histórico em que a informação e as suas tecnologias assumem uma importância crescente à medida que se tornam cada vez mais necessárias ao funcionamento dos sistemas em que repousa o dia-a-dia das nações e que se substituem a formas de energia enquanto principal motor do desenvolvimento económico; próprias, enfim, de um tempo histórico em que a vivência do espaço físico é progressivamente reconfigurada em função da *sociedade em rede* em que estaremos a ingressar (Castells, 2002, Van Dijk, 1999).

Neste contexto, as notícias *online*, como de resto muitos outros produtos culturais, passam a ser parte integrante do que os americanos

chamam *information warfare*, *cyberwarfare*, *infowars* ou *cyberwars*);<sup>1</sup> passam para a linha da frente da «guerra da Terceira Vaga», para usar o conceito de Alvin Toffler (1993).

Antes de analisarmos o ataque à Al-Jazeera, parece-nos importante, a título de advertência, referir algumas questões metodológicas a ter em atenção na abordagem científica da Internet, sob pena de se incorrer em caminhos epistemologicamente equívocos.

Nesta fase inicial de desenvolvimento da Internet, o seu estudo implica ter que lidar com uma série de lugares-comuns nascidos das ideias utopistas e libertárias que acompanharam a génese do novo medium e que foram entretanto contrariadas, por exemplo, por sociólogos que se dedicaram ao estudo mais aprofundado das interações *online*, na sua relação com as estruturas e dinâmicas *offline* em que se inserem. São os casos de James Slevin (2002), Steve Jones (1999) ou Manuel Castells (2002). Damos apenas dois exemplos desses lugares-comuns que, como outros, não devemos ignorar.

Desde logo, a ideia de que o ciberespaço constitui um «espaço social independente», cara aos estudiosos das «comunidades virtuais» (como Howard Rheingold) e veementemente defendida por entusiastas como John Barlow, que proclamou em 1996, na sequência da promulgação de uma lei ameaçando impor restrições à liberdade de publicação de conteúdos *online*, a então célebre «Declaração da Independência do Ciberespaço», um espaço igualitário, libertário, democrático, totalmente alheio aos poderes estabelecidos e à ordem social *offline*, uma «civilização da mente» imune às limitações do corpo. À medida que o uso da Internet se generaliza e a realidade *online* se confronta com as estruturas económicas, sociais e políticas pré-existentes, que também influencia, estas ideias perdem o seu sentido.

Outro exemplo importante são as visões nihilistas que vêm na nova era de comunicação *online* um «não-lugar» (Clifford Stoll), o «fim do espaço» ou mesmo o «fim do sentido da realidade» e dos sentimentos que nos prendem às outras pessoas e objectos materiais, uma «desrealização do mundo físico» baseada na intensificação da cor e no bombardeamento de imagens (Virilio, 1998). Como vários autores têm demonstrado, a Internet redimensiona as noções de espaço e de tempo, e todas as outras que delas dependem, como a de distância, de vizinhança, a temporalidade dos actos de comunicação, etc., mas está longe de as suprimir ou de lhes atribuir menos importância.

### ***A retórica de substituição***

São diversos e de difícil resolução os escolhos metodológicos da abordagem científica da Internet. O mais sério será talvez a dificuldade de produzir teoria, face à rápida mutação da realidade que advém do aparecimento quase contínuo (e também, por vezes, do desaparecimento) de dispositivos tecnológicos, como os *grupos de discussão*, os *blogs*, o *chat*, o *instant messaging*, que tanto são resultado de novas necessidades sociais como vêm introduzir continuamente alterações no sentido da interacção social e da transmissão cultural (Slevin, 2002). A validade das conclusões

<sup>1</sup> Optámos por traduzir estes termos, banalizados na língua inglesa, por «guerra informática». Se optássemos por «guerra da informação» – solução muitas vezes adoptada –, o âmbito do artigo encarrega-se-ia de introduzir uma possível confusão com o conceito homónimo, atrás referido, bem conhecido no jornalismo. A optar por «ciberguerra», estaríamos a cometer uma daquelas ousadias que pela nossa terra são liminarmente catalogadas como «erros de ortografia». Vamos então, pacificamente (passe a expressão), chamar-lhe «guerra informática».

está muito limitada no tempo e só modelos teóricos eles próprios profundamente dinâmicos poderão responder satisfatoriamente a estas problemáticas.

Mas estudar a Internet implica, também, ter consciência de que o seu aparecimento desencaudou, em muitas áreas da actividade humana, uma *retórica de substituição*, segundo a qual o novo meio iria fazer desaparecer uma série de práticas culturais e comunicacionais que existiam «antes». Esta retórica, praticada pelos visionários e os utopistas, por um lado não é exclusiva da Internet, tendo acompanhado o nascimento de todos os meios de telecomunicação, como o telefone, a rádio e a televisão e de outras inovações científicas (Hacker, Van Dijk, 2000; Fidler, 1997); por outro lado, as expectativas de substituição acabam quase sempre goradas por uma realidade em que os novos meios, em vez de os suprimem, complementam os antigos com novas vivências sociais.

## A era da informática e a redefinição do conceito de guerra

Albert Einstein, nos anos 50, quando o computador dava os seus primeiros passos e quase ninguém no mundo sabia que raio de utilidade iria ter, disse que à bomba atómica, capaz de destruir a realidade, sucederia uma bomba igualmente terrível, a *bomba informática*, que seria capaz de destruir o *sentido da realidade*. À luz do que hoje começamos a saber acerca das possibilidades infinitas da informática no domínio da realidade virtual e da alienação causada por media tendencialmente menos *mass* e mais *self*, não podemos deixar de nos extasiar com a capacidade de antecipação de Einstein em relação a esse carácter infinito das possibilidades da informática.

A ideia de Einstein entusiasmou Paul Virilio ao ponto de o fazer escrever *A bomba informática* (1998), obra a nosso ver afectada pelo clima de euforia – social e económica – que marcou os dois ou três últimos anos do milénio em torno da Internet e portadora da retórica de substituição predominante nesse tempo; Virilio anuncia o fim não da História mas do espaço, o fim dos sentidos e dos sentimentos, o aparecimento de exércitos de clones geneticamente forjados, num futuro quase presente marcado pela indiferença e os mais extremos individualismo e hedonismo.

Está a guerra a mudar de palco, como dizem Alvin Toffler, com a sua noção de «guerra da Terceira Vaga», aprofundada em *War and anti-war* (1993), Virilio (1998) ou James Adams em *The next World War* (2001)? Estará a transformar-se naquilo a que Arquilla e Ronfeldt (1993) chamam «cyberwar», com exércitos convencionais, visando a destruição física, fortemente assistidos pelas tecnologias da informação e da comunicação? Ou tenderá a transformar-se naquilo a que os mesmos autores chamam «netwar», ou seja, a guerra informática a que se refere este artigo?

Ou devemos ter em relação esta matéria a atitude céptica de Graham Ingram, director de uma agência de segurança para a Internet, quando afirma acerca do *ciberterrorismo*: «A ideia do terrorismo é fazer algo que crie terror. Ora isso implica a realização da violência: há muito pouco terror nos bits e nos bytes»? E será que Ingram, ao usar a expressão «realização da violência», não pensou que o seu valor semântico sofre uma lenta mutação?

Numa crítica ao livro de James Adams publicada no Wall Street Journal, George Smith desmonta uma série de falsas ameaças e faits-divers da informática, dramatizados pelos teóricos da era da informação. Apelidando-os de «histórias de fantasmas da era da informação» e «contos a que muitos pontos foram acrescentados por quem os foi contando», para traduzir com base no nosso provérbio, Smith menospreza o seu real valor. Em muitos casos, como o «bug do ano 2000»

– que nos últimos anos do milénio assumia o valor de uma espécie apocalipse informático «que todos adorámos temer», como diriam os americanos – não podemos deixar de lhe dar razão.

No entanto, a Guerra do Iraque, como de resto também a I Guerra do Golfo, revelaram efectivamente possuir múltiplas características de «Terceira Vaga». As várias etapas da tática norte-americana revelam uma maximização do potencial da informação: primeiro, passar a scanner, durante meses, todo o território iraquiano, através dos voos de altitude dos AWACS e dos J-STARS (aviões Boeing equipados com sensores, radares e equipamento de teledeteção), de modo a construir um mapa minucioso e uma visibilidade total sobre ele; depois, programar as armas para todos os alvos seleccionados; iniciar as hostilidades destruindo toda a estrutura de comunicações inimiga com bombardeamentos selectivos, de modo a provocar uma cegueira total no exército iraquiano em relação aos invasores; só então destruir os alvos terrestres seleccionados e invadir (Virilio, 1991).

Os muitos que foram levados a crer, através deste impressionante «écran do deserto» descrito por Virilio e das imagens de visão nocturna que as televisões transmitiam em abundância, principalmente na I Guerra do Golfo, de bombardeamentos «inteligentes», que a guerra-carnificina tinha acabado para dar lugar a uma guerra «limpa» e «cirúrgica» enganaram-se. As duas guerras do Golfo saldaram-se em mais de 200 mil mortos, correspondentes a outros tantos corpos mutilados cujas imagens não invadiram as televisões.

### ***A importância crescente da informação no desenrolar das guerras***

O papel da informação no desfecho das guerras e das batalhas foi *sempre* decisivo (Arquilla e Ronfeldt, 1993; Toffler, 1993): não podemos afirmar de modo algum que foram as TIC que consagraram esse carácter. Não só a informação tática e estratégica acerca do inimigo, mas também a difundida a toda a população através dos mass-media – não houve guerra ou golpe militar da segunda metade do século XX em que o controlo das estações de televisão e de rádio, particularmente as públicas, não fossem objectivos militares prioritários.

Contudo, as duas guerras do Golfo mostram que, à medida que se desenvolvem as TIC e se constrói uma sociedade cada vez mais dependente delas, o papel da informação e da cibernética<sup>2</sup> no desfecho dos conflitos militares, em particular aqueles que envolvem nações desenvolvidas, é cada vez maior.

A partir do momento em que a informação e as suas tecnologias se tornam um bem essencial ao bom funcionamento dos sistemas não só militar como económico e social dos países, acções como a espionagem, o bloqueio, desactivação ou destruição lógica de sistemas informáticos passam, potencialmente, a caber na categoria de actos de guerra, na medida em que se tornem passíveis de causar danos avultados ao inimigo e de, em última instância, destituir regimes políticos.

A Internet reflecte e aumenta essa dependência e a sua chegada teve efeitos imediatos no campo político e militar: ela constituiu, desde o nascimento, um reduto de visibilidade social, de

<sup>2</sup> Arquilla e Ronfeldt sustentam que as quatro funções cibernéticas «C3I» (*command, control, communications and intelligence*) são decisivas no desfecho dos conflitos da «cyberwar» (1993).

comunicação e de organização, um verdadeiro «balão de oxigénio» para organizações militares como os zapatistas de Chiapas em 1996, a Falun Gong, na China, em 1999 (Castells, 2002), a que podemos acrescentar outros, como o grupo armado Tupac Amaru, do Perú. Povos politicamente subjugados, como os Curdos ou os Palestínianos, encontram na Internet uma forma de resistência<sup>3</sup>.

### ***A relação filial entre guerra e Internet***

A importância crescente da informação no desenrolar das guerras é visível, em primeiro lugar, na génese da Internet. É escusado descrever de novo (tal descrição já faz parte de um sem número de livros e artigos) o nascimento da Internet, o funcionamento engenhoso do seu protocolo de comunicação, o TCP/IP, etc. Mas é muito significativo o facto de a Internet ter sido criada pela instituição militar, durante a guerra fria, enquanto estrutura de comunicações descentralizada, qualidade que lhe permitiria manter a actividade em caso de um ataque nuclear que destruísse as principais cidades do país.

O método de divisão das mensagens em múltiplos *pacotes* que são enviados por múltiplos caminhos e que voltam para trás para seguir um caminho alternativo caso encontrem um servidor desactivado pelo meio, constitui um sistema tão perfeito que assegura hoje a comunicação instantânea e quase sem falhas de milhões de computadores. Mas este método é efectivamente uma tática militar: a sua virtude máxima está talvez em conseguir evitar ou «driblar» a guerra convencional (baseada na destruição física). A sua fraqueza está, como se viu no caso do ataque ao sítio web da Al-Jazeera, no próprio terreno a que pertence: o da guerra informática.

### **O potencial bélico das redes informáticas**

O advento das redes informáticas introduziu um incremento exponencial no potencial de agressão e de conflito das acções hostis baseadas na informação, uma vez que, tecnicamente, a comunicação em rede coloca em contacto directo, instantâneo, permanente, fácil, adversários e inimigos que antes tinham praticamente vedado o acesso ao território inimigo.

A vulnerabilidade das redes nem precisava de ser tipificada por teóricos da comunicação como Van Dijk (1999) ou informáticos como Andreas Borchert, que desenvolve uma análise impressionante da *nossa* «guerra diária na Internet» (2002). Basta abrir um manual técnico de redes informáticas e observar o lugar de grande destaque que nele ocupam as questões da segurança. Ou ver o *e-mail*, diariamente, sem as devidas protecções (software anti-virus, *firewall*).

Se as outras telecomunicações já haviam viabilizado o contacto directo entre os inimigos, as redes informáticas – que desde os anos 80 trouxeram extraordinários ganhos de produtividade resultantes da partilha de recursos – dão-lhes agora a possibilidade de exercitar, de muitas, imaginativas e frutuosas maneiras, essa inimizade.

<sup>3</sup> Recolhemos duas notícias de entre centenas relativas à guerra informática entre Israelitas e Palestínianos (Wired News, 8 e 20/11/2000).

Como, concretamente? Destruindo dispositivos informáticos que controlam sistemas vitais para a vida do país inimigo, como os de tipo financeiro, de transportes ou mesmo militar, apagando ou falseando informação de bases de dados, roubando-a, violando a sua confidencialidade, bloqueando comunicações, fechando serviços, lançando campanhas psicológicas sobre a população por *e-mail*, difundindo vírus informáticos altamente destrutivos, em acções simultâneas e em massa.

Como potenciais armas de guerra, as redes informáticas dispõem de uma terminologia rica em metáforas da guerra, que inclui conceitos como *firewall*, *zona desmilitarizada*, *vírus* ou *cavalos de tróia*.

## A relevância das notícias *online*

O nosso objecto de análise, a ligação entre as notícias *online* e a guerra informática, levam-nos a procurar compreender o lugar e a importância daquelas no panorama do mercado de notícias e em particular durante a Guerra do Iraque. Essa importância condiciona o alcance dos ataques aos sítios web emissores de notícias e em particular a um sítio tão significativo como o da estação de televisão Al-Jazeera. A ser pouca, então a guerra informática envolvendo o campo das notícias e do jornalismo situa-se num terreno ainda mais marginal em relação à guerra convencional.

Poucos anos volvidos sobre o aparecimento da World Wide Web, em 1993, podemos afirmar que a generalidade da sociedade e das suas instituições socialmente reconhecidas adoptaram a Internet, como um novo meio, complementar dos tradicionais, de interacção com os seus membros ou utentes. O mesmo aconteceu com as empresas jornalísticas, com um sucesso que as audiências dos media *online* comprovam.

Mas além desta «migração» dos media tradicionais, a Internet viu nascer uma grande quantidade de entidades emissoras, muitas vezes produtoras, de notícias. Damos apenas os exemplos dos portais como o Yahoo, o Sapo, o Clix ou o IOL; ou de sítios web institucionais, que nas suas *homepages* apresentam as notícias mais recentes das instituições: universidades, empresas, clubes desportivos, partidos políticos e muitas outras associações.

A Internet comporta ainda outros dispositivos sociotécnicos (Bijker, citado por Jones, 1999) onde são produzidas e circulam notícias, como os *grupos de e-mail* temáticos ou institucionais ou as *notícias por e-mail* personalizadas, ou os (agora) famosos *blogs*, fenómeno generalizado em 2003 que tem menos a ver com notícias do que com outras formas de acção social, mas onde também encontramos produtos noticiosos.

Algumas características distinguem as notícias *online* das veiculadas por outros media, no sentido de uma comunicação menos baseada na alocação e mais na interacção.

São os casos da *variedade de escolha* – na Internet é muito mais fácil contactar com correntes de opinião diferentes das preponderantes do que nos outros media; da *personalização* – surgem inúmeras modalidades de personalização da informação, numa transferência da figura do *gatekeeper* para o leitor; da *interactividade e do hipertexto* – alguns sítios web disponibilizam o *e-mail* do jornalista, alguns possibilitam a resposta ou o comentário do leitor, alguns permitem o acesso imediato a um repositório de artigos desse jornalista; as notícias *online* introduzem muitas vezes *links* ao longo da narrativa, facultando ao leitor um percurso de leitura que ele próprio produz

(Bastos, 2000); da *flexibilidade espacial e temporal* – elemento que distingue decisivamente as notícias *online* das dos jornais (limitadas espacialmente) e da televisão (limitadas no tempo segundo um alinhamento único) (Bastos, 2000).

Mas a característica que popularizou, mais do que qualquer outra, as notícias *online*, é a actualização permanente a que podem estar sujeitas. Nos sítios web dos media tradicionais sabemos que vamos encontrar os acontecimentos mais importantes que ocorreram no mundo nas últimas horas ou minutos.

Seja qual for o uso que se faz ou não de todo este potencial – questão central na investigação das notícias *online* – a relevância destas na formação da opinião pública é hoje indiscutível, num mercado potencial de 720 milhões de pessoas (ver [www.InternetWorldStats.com](http://www.InternetWorldStats.com)), correspondendo a 11% da população mundial, percentagem que sobe muito nas regiões do mundo mais influentes (63% na América do Norte, 28% em toda a Europa, por exemplo) e nos grupos sociais mais influentes em cada país.

### ***Primazia da televisão e das versões online dos grandes media***

Um estudo da Pew Internet & American Life Project (Lee, Fox, Fallows, 2003) acerca do modo como os Norte-americanos usaram a Internet para se esclarecerem e trocaram ideias sobre a Guerra do Iraque revela que a televisão permanece largamente preponderante como principal fonte de notícias: 89% de todos os Norte-americanos (não apenas aqueles com acesso à Internet, o alvo principal do estudo) afirmaram ter sido a televisão a sua principal fonte de informação sobre a guerra e tanto os jornais como a rádio permaneciam como fonte mais usada do que a Internet.

No entanto, segundo este estudo, a quantidade de Norte-americanos com acesso à Internet a considerar as notícias *online* como primeira fonte de informação aumentou de 3% para 17% no ano e meio que passou entre o 11 de Setembro de 2001 e a Guerra do Iraque, valor que chegou aos 26% nos dias anteriores ao início da guerra.

Segundo o estudo anteriormente referido, os principais motivos de recurso à World Wide Web pelos Norte-americanos durante a guerra estiveram relacionados com notícias: procurar notícias sobre a guerra (44%), obter reacções dos mercados financeiros à guerra (23%) e obter informação acerca do Iraque enquanto país (15%) foram os motivos mais evocados.

Outro facto relevante deve ser destacado do estudo precedente: os sítios web dos principais jornais e televisões quase monopolizam a audiência das notícias *online* (tabela 1). Este dado contraria brutalmente algumas visões alarmistas dos primórdios da Internet: Koch (1996, cit. por Bastos, 2000) argumentava que os jornalistas deixariam de ser necessários, porque passaríamos a ter um acesso directo às fontes; Shaffer (1998, cit. por Bastos, 2000) assegurava que «qualquer pessoa ligada à Internet e com uma ideia original poderia chegar a uma audiência mundial», para citar duas de entre as muitas promessas que a euforia da Internet produziu, com alguma ajuda da cultura libertária que esteve na sua origem.

Mais uma vez os factos contrariaram a retórica de substituição: a Internet não só não ameaçou a profissão de jornalista como tudo leva a crer que a reforçou. A tabela 1 mostra como no campo

das notícias *online*, e com toda a proliferação de sítios web produtores de notícias, os jornalistas não deixam os seus créditos por mãos alheias:

*Tabela 1*  
Sítios web acedidos pelos Norte-americanos para obter informação sobre a guerra

<i>Sítios web</i>	<i>Percent. de utilizadores da Internet que visitaram</i>
Sítios web de estações de TV americanas	32%
Sítios web de jornais americanos	29%
Sítios web do governo americano	15%
Sítios web de notícias estrangeiros	10%
Sítios web de notícias alternativas	8%
Sítios web de grupos anti-guerra	6%
Sítios web de grupos pró-guerra	5%
Web logs (blogs)	4%

Fonte: *Pew Internet & American Life Project Iraq war survey*, 20 a 25 de Março de 2003. N.º dos utilizadores da Internet = 999. Margem de erro:  $\pm 3\%$ .

Estes dados, relativos à população dos EUA, sugerem que o sítio web da Al-Jazeera, enquanto mais prestigiada estação de televisão do Mundo Árabe, terá tido uma grande importância durante a Guerra do Iraque.<sup>4</sup>

### **Comunicação multicanal**

Dez anos depois do boom da World Wide Web, podemos afirmar com propriedade que a retórica de substituição relacionada com a Internet tem pouca validade no campo dos media. Diversos estudos (Finberg, Stone, Lynch, 2002; Vector21, 2003; Lee, Fox, Fallows, 2003) demonstram que vivemos num mundo em que múltiplos canais (*e-mail*, *WWW*, *chat*, televisão, jornais, rádio, telefone, etc.) se complementam, se publicitam mutuamente e são socialmente preservados, pelas suas valências insubstituíveis. Mais uma vez, a novidade tecnológica veio alargar o leque e complementar, não substituir.

Cada *medium* existe em espaços sociais próprios e possui um valor social e cultural em grande medida exclusivo (Castells, 2002). A Internet está associada a determinados espaços físicos e sociais, determinados contextos *offline*, ao passo que a rádio, os jornais, a televisão, o telefone, pelas suas características físicas, técnicas e culturais, estão associados a outros.

### **Notícias *online* na linha da frente**

Com «linha da frente» não estamos a recorrer à metáfora tantas vezes usada para proclamar a importância ou primazia dum objecto. Referimo-nos mesmo aos lugares do teatro de guerra em que

<sup>4</sup> A estação afirma que o seu sítio web recebeu 161 milhões de visitas só em 2002, das quais 54% originárias do Médio Oriente e 39% da Europa e América do Norte (<http://www.aljazeera.net/e-marketing-eng/2002/5/5-5-1.htm>).

os inimigos se enfrentam cara a cara e onde decorrem os combates. James Adams (2001) dizia que, agora, «a linha da frente está em toda a parte». No contexto da guerra informática, compreende-se que os sítios web mais importantes de notícias *online* constituam um alvo privilegiado, pela sua vulnerabilidade.

Para bloquear, por exemplo, uma emissão de televisão da RTP é preciso uma intervenção militar convencional. Todos recordamos, nem que seja pelos documentários, a célebre emissão de 25 de Novembro de 1975 em que o ex-capitão Duran Clemente foi retirado do ar. No caso da Internet, como se viu no caso do ataque à Al-Jazeera, o mesmo tipo de bloqueio pode ser levado a cabo por qualquer pessoa que leia um ou dois capítulos dum livro de *hacking* e que aceda à Internet algures no mundo.

Acresce, a esta vulnerabilidade, que as infraestruturas de comunicação baseadas na Internet, hoje, dependem de uma combinação de serviços cuja localização física obedece a uma lógica efectivamente global. Tomemos uma qualquer instituição, de um país A. A empresa que registou o domínio do seu sítio web pode estar no país B; a empresa que presta o serviço de *DNS* pode ser do país C e a empresa onde está alojado o sítio web propriamente dito estar no país D. O bloqueio de *qualquer um* destes serviços é suficiente para retirar a visibilidade do sítio web em questão na Internet.

## Guerra do Iraque na Internet

A expressão «Guerra do Iraque na Internet» é susceptível de uma multiplicidade de entendimentos, que se prendem quer com a ambiguidade da expressão «guerra na Internet» (guerra informática via Internet ou reflexos da guerra nos dispositivos sociais da Internet?), quer com o carácter multidisciplinar da própria ideia de Internet. De facto, existem tantos conceitos de Internet como ciências sociais que a elegem como objecto de estudo. Diferenças relativas aos centros de interesse, dispositivos teóricos e conceptuais e problemáticas conduzem ao desenvolvimento de conceitos de Internet mais centrados na sua vertente de acção social (a sociologia), de sistema económico (a economia), de dispositivo de transmissão cultural (a antropologia) ou nos novos desafios que traz à justiça (o direito). Juntamente com a história, a linguística e a psicologia, estas ciências coincidem no carácter inovador e dinâmico do novo meio, na singularidade das suas vivências, mas também na profunda interdependência entre as realidades *online* e os contextos *offline* em que elas se integram (Jones 1999, Slevin 2002), produzindo-se assim realidades duais.

No caso da guerra informática, que encontra na Internet, pela sua vulnerabilidade, um campo de batalha apetecível, o conflito que abordamos trouxe algumas novidades, que apresentamos como forma de contextualizar o ataque à Al-Jazeera.

### ***Aumento exponencial dos ataques de hackers***

Vários sítios web, que monitorizam diariamente a actividade de *hacking* na Internet (casos da Keynote Systems, o Internet Storm Center ou empresas de segurança como a F-Secure ou a iDefense), registaram, nas semanas anteriores ao início da guerra, um fortíssimo aumento dos

ataques a nível mundial, muito por força de sítios web relativos às temáticas da guerra. Os *defacings* (sítios web cujo tráfego é desviado para outros sítios onde aparecem mensagens satíricas ou contestatárias), relacionados com a guerra aumentaram em flecha, tendo afectado milhares de sítios, como por exemplo o de Tony Blair ([www.number-10.gov.uk](http://www.number-10.gov.uk)), quatro dias depois do início da guerra.

Segundo a iDefense, uma novidade introduzida nos *defacings* durante a guerra do Iraque, praticado centenas de vezes, consistiu em mostrar as *homepages* dos sítios com grafittis sobrepostos em que se liam frases na maior parte dos casos anti-guerra (BBC Online, 21/3/2003).

Numerosos sítios web de entidades militares norte-americanas estiveram sob intenso ataque de *hackers* pacifistas ou mesmo, segundo a iDefense, de grupos de *hackers* islâmicos organizados.<sup>5</sup>

O governo de Saddam Hussein também dispunha de um sítio web oficial, o Uruklink.net, que foi atacado por *hackers* através dos seus servidores de DNS e sete dias depois do início da guerra já não estava disponível, sendo os seus visitantes redireccionados para uma página onde se lia: «Hacked, tracked, and NOW owned by the USA.» (Internet Security News, 26/3/2003)

### **Guerra psicológica por e-mail**

As tecnologias de comunicação desenvolvidas ao longo do século XX permitiram desencadear a chamada «guerra psicológica», ou seja, a difusão de mensagens de desencorajamento, de intimidação tanto de civis como das tropas inimigas, de apelos à deserção e à rendição, a divulgação de instruções sobre como levar a cabo a deserção. Assim, nas guerras do século XX, esta «guerra psicológica» baseou-se em técnicas como a largada de milhares de panfletos sobre território inimigo, a rádio ou, na frente de batalha, os altifalantes. Na Guerra do Iraque, um novo meio de guerra psicológica foi usado pelos militares norte-americanos: o *e-mail*.

Num país em que toda ou quase toda a população use a Internet, um meio como a largada de panfletos por avião sobre território inimigo torna-se totalmente obsoleto: a Internet, com a massificação da capacidade de emissão e difusão que trouxe, permite levar mensagens de *e-mail* a uma população inteira e a um exército inteiro.

Segundo artigo da CNN.com (12/1/2003), agências ligadas ao Departamento de Defesa tinham iniciado, em Janeiro de 2003, uma campanha por *e-mail* junto de um conjunto de líderes iraquianos de incentivo à revolta contra Saddam Hussein. O artigo baseia-se numa fonte militar que afirmou tratar-se da primeira vez que os Estados Unidos usavam o novo meio de guerra psicológica. Segundo a fonte, a mensagem de *e-mail* procurava convencer o destinatário de que o Iraque não tinha qualquer possibilidade de sucesso numa guerra contra «os Estados Unidos e os seus aliados». Incluía também um conjunto de informações e endereços de *e-mail* das Nações Unidas, com o intuito de facilitar o trabalho aos potenciais desertores. A fonte refere ainda que o remetente destas mensagens foi «disfarçado», de modo a que os destinatários não percebessem que tinham origem no Pentágono.

<sup>5</sup> Uma notícia da BBC Online (19/6/2002) identifica diversos grupos de hackers islâmicos, particularmente atraídos por servidores americanos, israelitas e indianos, que estariam a unir esforços e competências: o USG (Unix Security Guards), o WFD (World's Fantabulous Defacers) e o AIC (Anti-India Crew).

Esta campanha de *e-mail* terá sido curta e limitada no seu alcance. Seguiu-se-lhe a continuação da guerra psicológica através de emissões de rádio a partir de aviões que sobrevoavam o território iraquiano e de bases militares em terra.

Se parte considerável da população do Iraque tivesse acesso à Internet, o que não era o caso, se a guerra opusesse dois países «wired» (para usar o termo de gíria anglo-saxónico que adjectiva a conectividade à Internet), então seria de prever uma actividade frenética deste novo tipo de guerra psicológica.

## O ataque ao sítio web da Al-Jazeera

A guerra informática atravessou o campo do jornalismo por via do ataque à única entidade do campo das TIC simbolicamente associada ao Mundo Árabe e apostada em rivalizar com as instituições ocidentais no âmbito global da sua visibilidade social, porque dotada dos requisitos tecnológicos, financeiros, éticos e simbólicos adequados: o sítio web da estação de televisão Al-Jazeera.

Algumas características estruturais desta estação conferiam-lhe um estatuto ameaçador para a hegemonia dos grandes media ocidentais (como a BBC ou a CNN) face à opinião pública internacional e aos próprios públicos dos países ocidentais. A ameaça é tanto maior quanto, segundo Pierre Bourdieu, é o próprio poder político que está em jogo quando tem lugar uma luta pela imposição de determinada visão do mundo e das suas categorias de percepção do real. Ora a Al-Jazeera dispunha de um conjunto de meios que lhe permitiam desafiar a visão do mundo dominante, nomeadamente acerca da Guerra do Iraque:

- apoio político e meios financeiros e técnicos suficientes para concorrer com os mass-media de âmbito global;
- pertença ao «Mundo Muçulmano», enquanto realidade civilizacional divergente da ocidental e enquanto campo simbólico, facilmente associável, perante um vasto público menos informado, ao regime de Saddam Hussein;
- recurso a normas deontológicas, práticas e padrões de qualidade jornalísticos comparáveis às das grandes estações de televisão mundiais;
- uma presença forte e ganhadora num campo social associado ao progresso e à modernidade: a Internet.

Este dispositivo constituía e constitui por si só uma afronta para algumas pretensões de hegemonia ideológica no Ocidente. Mas naquele fim de Março de 2003, que coincidiu com o início da guerra, a Al-Jazeera serviu de bandeja duas novas afrontas:

Por um lado, a 24 de Março, pôs no ar uma versão improvisada de língua inglesa do seu sítio web. Ao usurpar a arma simbólica por excelência, a língua inglesa, numa tentativa deliberada de disputa do mercado mundial das ideias e da visão, senão mesmo de conquista do universo (hipótese plausível se considerarmos o facto de ser a língua inglesa a língua universal), o <http://english.aljazeera.net> passava das marcas e tinha que ser posto na ordem.

Por outro, apresentou imagens de corpos de soldados norte-americanos mortos em combate e de soldados norte-americanos prisioneiros acorrentados pelos pés. Esta última imagem, embora

familiar junto da opinião pública norte-americana por via das reportagens acerca dos seus próprios estabelecimentos prisionais, não se enquadra nos padrões éticos do jornalismo. O vídeo que incluía essas imagens foi publicado no sítio web da Al-Jazeera em Árabe.

Esta atitude da Al-Jazeera provocou reacções de ira das autoridades norte-americanas; Colin Powell, na ocasião, completou a acusação afirmando que a estação estava a exagerar os pequenos sucessos do exército iraquiano nos primeiros dias de guerra (BBC Online, 27/3/2003). E levou a um ataque impiedoso, desencadeado por *hackers* durante mais de uma semana, a partir de 23 de Março.

A «declaração de guerra informática», para cujo perigo Virilio nos advertia em 1998, aí estava, à margem dos poderes político e militar instituídos, mas não tão à margem de poderes políticos, militares e simbólicos não instituídos e porventura emergentes na nossa sociedade em rede.

## Descrição técnica

Como acabámos de ver, o ataque à Al-Jazeera não constituiu um acto isolado: podemos enquadrá-lo no enorme incremento da actividade de *hacking* registado nas semanas anteriores e subsequentes ao início da guerra, a 19 de Março. No entanto, como acabámos também de assinalar, reveste-se de uma importância superlativa. Uma abordagem técnica suscita, como veremos, novas questões.

A descrição técnica do ataque baseia-se em várias fontes, devidamente identificadas, mas principalmente nos relatórios da Keynote Systems, uma empresa sediada na Califórnia que monitorizou hora a hora – através de *browsers* automatizados que, a partir de cerca de 50 cidades espalhadas pelo mundo, efectuam pedidos de página e de ligações *streaming* – o desempenho de dezenas de sítios web importantes no contexto da guerra.

O ataque ao sítio da Al-Jazeera começou no dia 23/3 pelas 3:00 (EST) e revestiu-se de duas formas diferentes.

Numa primeira fase, os *hackers* provocaram o que tecnicamente se chama um *ataque DDOS* (Distributed Denial Of Service). Segundo o Keynote Systems Report de 26 de Março, os servidores de DNS<sup>6</sup> em que o sítio web da Al-Jazeera se baseava para converter os nomes [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net) e [english.aljazeera.net](http://english.aljazeera.net) nos respectivos endereços IP deixaram de estar acessíveis. Mesmo quem tentasse aceder directamente, pelo endereço IP numérico, aos servidores web da Al-Jazeera, encontrava-os inacessíveis. O que os *hackers* fizeram foi sobrecarregar o sítio web e os servidores de *e-mail* da estação com milhares de mensagens e pedidos, de modo a bloquear o servidor por sobrecarga ou incapacidade de resposta. Este «bombardeamento» de mensagens foi automaticamente accionado por software e de forma constante. Na prática, os DDOS fazem com que qualquer utilizador que aceda ao sítio atacado receba a mensagem de que não encontra o servidor ou que ele se encontra desactivado.

<sup>6</sup> DNS significa «Domain Name System» e é um serviço que permite converter endereços nominais da Internet (por exemplo, [www.clix.pt](http://www.clix.pt)) em endereços IP – cada computador ligado à Internet possui um endereço IP, um conjunto de quatro bytes único e irrepetível a nível mundial (por exemplo, 156.12.134.78). O processo é o seguinte: um utilizador tenta abrir uma determinada página no seu browser (por exemplo, <http://www.aljazeera.net>); esse pedido não vai directamente ao servidor que aloja o sítio web da Al-Jazeera, mas antes a um servidor DNS onde está registado o endereço IP numérico, universal, a que corresponde esse nome; o servidor DNS converte o nome no endereço IP numérico e efectua então o pedido de página ao servidor web, que responde enviando-a ao cliente.

### «Let Freedom Ring...»

Uma outra técnica, também recorrente na Internet, foi usada no ataque: o *defacing* ou *DNS poisoning*. A técnica é rudimentar: no servidor de DNS usado pela Al-Jazeera, troca-se o endereço IP para onde devem ser direccionados os pedidos do nome [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net). Os hackers desviaram assim o tráfego para uma página onde se exibia a bandeira dos EUA, a frase «Let Freedom Ring» e a assinatura «Freedom Cyber Force Militia».

Esta página estava alojada numa empresa de Salt Lake City (EUA), a NetWorld Connections, especializada no alojamento de sítios web, que negou qualquer envolvimento no ataque – de facto, estas empresas não podem controlar os milhares de páginas que alojam. O desvio não se dirigiu apenas para esta página mas também para outros sítios que nada tinham a ver com a guerra.

Tabela 2

#### Disponibilidade do sítio web da Al-Jazeera (Língua Árabe)

Dias	Hora do dia (EST)		
	0-8 horas	8-16 horas	16-24 horas
21/3	100%	100%	100%
22/3	100%	100%	100%
23/3	100%	46%	46%
24/3	33%	66%	71%
25/3	20%	18%	10%
26/3	0%	0%	0%
27/3	0%	0%	0%
28/3	7%	44%	39%
29/3	83%	79%	24%
30/3	93%	90%	80%
31/3	90%	55%	78%
1/4	59%	98%	

Fonte: Tabela construída com base em dados da Keynote Systems, recolhidos hora a hora.

Estes dados mostram a importância que a difusão das imagens de prisioneiros norte-americanos – e a sua disponibilização *online* – terá tido na decisão dos *hackers*. Efectivamente, a guerra começou no dia 19/3, e nos três dias seguintes a disponibilidade (o inverso da taxa de erro) do sítio web da Al-Jazeera manteve-se total. A difusão de imagens de soldados americanos prisioneiros e abatidos, no dia 23/3 (ver tabela 2), a par de notícias de feroz resistência por parte das forças iraquianas, levaram aparentemente a uma « reacção » por parte dos *hackers*, como contributo voluntarioso para o esforço de guerra americano, no campo da comunicação.

Os responsáveis da estação retiraram os seus sítios web e serviço de DNS dos servidores onde se encontravam, nos Estados Unidos, para servidores europeus e conseguiram restabelecer o serviço a partir de 1 de Abril.

Não se pode de modo algum sustentar que este acto de guerra informática não teve consequências nem impacto ao nível das representações sociais acerca da guerra. Por um lado, o silêncio forçado de um sítio web tão influente durante vários dias, impediu os milhões de actos de comunicação que normalmente se teriam estabelecido entre a Al-Jazeera Online e a sua audiência por todo o mundo e a respectiva transmissão de uma determinada visão dos acontecimentos.

Por outro lado, o acto em si, pelo seu peso simbólico, suscitou reacções generalizadas e poderá ter contribuído para a reestruturação das representações acerca do conflito, o que importaria, evidentemente, testar através de estudos empíricos. Ele foi formalmente condenado por todas as autoridades, amaldiçoado pelos movimentos anti-guerra e aclamado pelos movimentos pró-guerra. E permite aos cientistas o levantamento de questões interessantes acerca da natureza das relações de poder, das fontes de legitimidade e dos conflitos militares na sociedade em rede.

As autoridades americanas opuseram-se publicamente, e ao que leva a crer nas acções concretas, ao chamado «*patriotic hacking*», ou seja, o ataque por parte de civis a sítios web ou outros servidores iraquianos de Internet.

Em Fevereiro de 2003, o FBI, através do National Infrastructure Protection Center (NIPC), advertiu os Americanos de que o «*patriotic hacking*» seria considerado crime e o próprio FBI ripostaria a tais actos (BBC Online, 14/2/2003). Na mesma linha, os autores do ataque à Al-Jazeera viriam a ser processados criminalmente pelas autoridades norte-americanas e John William Racine II, um *web-designer* da localidade de Norco, na Califórnia, viria mesmo a assumir-se como culpado em Junho de 2003.

## Conclusões

Não tendo constituído um acto bélico no sentido estrito do termo, uma vez que os seus protagonistas (o grupo «Freedom Militia» e a estação de TV Al-Jazeera) não faziam parte dos exércitos em confronto, o ataque assume um significado profundo no contexto de uma sociedade contemporânea em evolução acelerada, crescentemente interdependente das TIC.

As notícias *online*, pelo seu carácter multimedia, interactivo e universal, viram consagrada a sua enorme relevância em tempo de guerra: elas trouxeram a visibilidade universal sobre os horrores da guerra, com imagens e relatos dilacerantes publicados não apenas em *blogs* de pessoas directamente envolvidas no terreno de batalha, mas também em sítios web de agências noticiosas, relativamente dispensados do trabalho de *gatekeeping* que, nos media tradicionais em tempo de guerra, evita imagens desmoralizadoras e desmobilizadoras e em sítios de informação «alternativa»<sup>7</sup>. O ataque ao sítio web da Al-Jazeera deve ser interpretado à luz desta nova relevância.

As conclusões que se poderão tirar deste episódio pioneiro são múltiplas e terão origem em todas as áreas do saber no seio das quais ele assuma um valor teórico importante, o que a nosso ver inclui todas as ciências sociais e algumas ciências ditas exactas. Neste trabalho, cingir-nos-emos ao âmbito da guerra informática e à relação desta com o sistema político.

## O «regresso» do espaço físico

O episódio da Al-Jazeera, a par de outros da guerra do Iraque, como a desactivação da Uruklink.net (o sítio oficial do governo iraquiano), mostra que a ideia de Internet como um espaço «sem fronteiras» ou um «não-lugar» cai pela base a partir do momento em que é declarada uma

<sup>7</sup> A expressão «informação alternativa» não deixa de encerrar uma ironia gritante, quando usada tão recorrentemente por sociedades democráticas.

guerra. Efectivamente, se num contexto legal de economia de mercado a localização física das infraestruturas que suportam a Internet – nomeadamente os ISP (Internet Service Providers), os DNS (Domain Name Servers), os web hosts – é irrelevante, num contexto de conflito internacional deixa imediatamente de o ser.

No estado actual da tecnologia, um Estado que participe numa guerra tem meios para, dentro das suas fronteiras físicas e das dos países seus aliados, bloquear ou sabotar serviços de Internet que considere servirem, directa ou indirectamente, o inimigo.

Acresce, no caso em análise, que à hegemonia política dos EUA a nível mundial corresponde uma hegemonia talvez ainda mais acentuada no que se refere à prestação de serviços globais de Internet, incluindo as vendas online, os motores de pesquisa e os serviços básicos referidos no parágrafo anterior.

Afinal, a Internet é essa entidade livre, impoluta, descentralizada, ou a filiação nacional, ideológica, «civilizacional» das instituições que a controlam a nível técnico é decisiva em casos de guerra? Os episódios verificados na Guerra do Iraque vieram, sem surpresa, confirmar a segunda hipótese.

### ***O ataque à Al-Jazeera e a crise do Estado moderno***

A atitude das autoridades dos EUA de proibir e penalizar o chamado «*patriotic hacking*» não é apenas eticamente razoável: reflecte também a preocupação de manter todas as actividades militares sob estrito controlo estatal. Estado que abraze mão do monopólio do uso da violência física legítima (segundo a fórmula de Max Weber) abriria também um precedente gravíssimo para a sua futura integridade, numa sociedade em que os meios técnicos para fazer a guerra informática estão ao alcance de qualquer cidadão comum.

O ataque à Al-Jazeera, o facto de ter tido como protagonistas entidades «não políticas» e este possível questionamento do monopólio estatal não devem ser isolados das recentes tendências de descentralização política: nas últimas décadas, o Estado central perdeu poder para as autarquias locais, para as grandes empresas multinacionais, para organizações internacionais como a União Europeia ou o Banco Mundial, para as próprias burocracia e infocracia que desenvolveu no seu interior e que entretanto se autonomizaram.

Não nos esqueçamos que à crise da participação das populações ocidentais nos seus foruns políticos tradicionais da democracia representativa – as eleições, o Parlamento, os partidos políticos –, visível no crescimento regular da abstenção eleitoral e nas representações sociais negativas acerca dos políticos, corresponde um movimento que parece ser intenso de participação em matérias políticas através da Internet, em inúmeros foruns, petições, sondagens, discussões, manifestações, grupos de *e-mail* de informação política.

São formas de intervenção não institucionalizadas e por isso com fracos reflexos na vida política institucional, mas não é de excluir que haja uma verdadeira *vontade de intervenção política* em todos estes foruns *online* que, a tornar-se pública e socialmente (re)conhecida, pode obrigar o sistema político a mudanças estruturais profundas.

## ***Uma nova fonte de legitimidade?***

Em jeito de desafio, podemos terminar lendo nestes novos foruns (em que os desejos ainda não ascenderam ao estatuto de exigências políticas) e, no caso em análise, na simpatia com que o ataque foi recebido junto de largas camadas da população norte-americana, não só um sinal da crise do Estado moderno e da sua prerrogativa de monopólio da violência física legítima (pelo menos no campo da guerra informática), mas também o embrião de uma nova fonte de legitimidade, característica do tipo de organização social mais descentralizada e dependente das TIC a que diversos autores chamam sociedade em rede e que Weber não chegou a conhecer. Uma fonte de legitimidade reforçada pela erosão, nas sociedades mais desenvolvidas, das tipificadas por aquele autor e características das formas de dominação tradicional, carismática e racional-legal.

## **Bibliografia**

- Adams, James (2001), *The Next World War*, New York, Simon and Schuster.
- Arquilla, John, Ronfeldt, David (1993), «Cyberwar is coming!», *Journal of Comparative Strategy*, Volume 12, n.º 2, Bristol, Taylor & Francis.
- Bastos, Hélder (2000), *Jornalismo Electrónico, Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções*, Coimbra, MinervaCoimbra.
- Borchert, Andreas F. (2002), *The daily war on the Internet*, Ulm University.
- Castells, Manuel (2002), *A sociedade em rede, volume 1, A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*, Lisboa, FCG.
- Fidler, Roger (1997), *Mediamorphosis: Understanding New Media: Journalism and Communications for a New Century*, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Finberg, Howard; Stone, Martha; Lynch, Diane (2002), *Digital Journalism Credibility Study*, Online News Association.
- Geller, Daniel S., Singer, J. David (1998), *Nations at War: A Scientific Study of International Conflict*, Cambridge University Press.
- Hacker, Kenneth, Van Dijk, Jan (2000), *Digital democracy*, Sage.
- Hafner, Katie, Markoff, John (1992), *Cyberpunk: Outlaws and Hackers on the Computer Frontier*, New York, Simon and Schuster.
- Jones, Steve (org.) (1999), *Doing Internet Research*, Sage.
- Keegan, John (1996), *Histoire de la Guerre: Du néolithique à la guerre du Golfe*, Ed. Dagorno.
- Kura, Alexandra, John V. Blane (2001), *Cyberwarfare: Terror at a Click*, Ed. Novinka Books.
- McLuhan, M., Powers, B. R. (1986), *The global village: Transformations in the world life and media in the 21st century*, New York, Oxford University Press.
- Lee, Rainie; Fox, Susannah; Fallows, Deborah (2003), *The Internet And The Iraq War: How Online Americans Have Used The Internet To Learn War News, Understand Events, And Promote Their Views*, Pew Internet & American Life Project.
- Rheingold, Howard (1991), *Virtual Reality*, New York, Summit Books.
- Rheingold, Howard (1993), *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Reading, MA, Addison-Wesley.
- Slevin, James (2002), *Internet e sociedade*, Lisboa, Temas e debates.
- Toffler, Alvin (1984), *A Terceira Vaga*, Lisboa, Livros do Brasil.
- Toffler, Alvin, Toffler, Heidi (1993), *War and Anti-War*, New York, Warner Books.
- Van Dijk, Jan (1999), *The Network Society, Social Aspects of New Media*, London, Sage.
- Virilio, Paul (1991), *L'Ecran du désert – chroniques de guerre*, Paris, Editions Galilée.
- Virilio, Paul (1998), *La bombe informatique*, Paris, Editions Galilée.
- Wellman, Barry (org.) (1999), *Networks in the Global Village*, Boulder, CO, Westview Press.

**Outras fontes**

*(ordenação cronológica)*

- Wired News (8/11/2000), *Hacker War Rages in Holy Land*  
Wired News (20/11/2000), *Israeli-Arab Warfare, Web-Style*  
BBC Online (19/6/2002), *Pro-Islamic hackers join forces*  
CNN.com (12/1/2003), *U.S. e-mail attack targets key Iraqis*  
BBC Online (14/2/2003), *US hackers told to leave Iraq alone*  
BBC Online (21/3/2003), *Anti-war hackers target websites*  
Keynote Systems (24/3/2003), *Keynote Systems Reports: Iraq War*  
Wired News (25/3/2003), *English Al-Jazeera Website Hacked*  
Keynote Systems (26/3/2003), *Keynote Systems Reports: Iraq War*  
ABC Online (26/3/2003), *Headaches as Al Jazeera launches English website*  
Internet Security News (26/3/2003), *Iraq's Uruklink «Owned» By Hackers*  
Reuters (26/3/2003), *Al Jazeera hacked after showing US POWs*  
Keynote Systems (28/3/2003), *Keynote Systems Reports: Iraq War*  
Keynote Systems (1/4/2003), *Keynote Systems Reports: Iraq War*  
Debra W. Yang, United States Attorney, Central District of California (12/6/2003), Press-release *Southern California Man Who Hijacked Al Jazeera Website Agrees to Plead Guilty to Federal Charges* (ver <http://www.usdoj.gov/criminal/cybercrime/racinePlea.htm>)  
CyberJournalist.net (4/9/2003), *Al-Jazeera Launches English Site*



## **A REPRESENTAÇÃO DAS MINORIAS SEXUAIS NA INFORMAÇÃO TELEVISIVA PORTUGUESA — UMA QUESTÃO «TERRITORIAL»\***

Este trabalho debruça-se sobre a questão da representação das minorias sexuais na informação televisiva portuguesa, tendo como eixo central da reflexão a relação entre um meio de massa e uma realidade social minoritária.

As minorias sexuais, frequentemente designadas pela sigla LGBT (lésbicas, *gays*, bissexuais e transgéneros) pela sua expressão cada vez mais visível, desde os anos 60, são fenómenos que confrontam a sociedade em geral com questões relativas à sexualidade, à reprodução, à família, aos estilos de vida, não deixando margem para continuar a acreditar na existência exclusiva de um modelo para qualquer um destes aspectos. No entanto, em relação a cada um deles, existe uma concepção normativa que tende a estigmatizar as minorias sexuais.

Tradicionalmente, os discursos sobre estas minorias têm-nas remetido para um estatuto desviante, que tem condicionado a sua sociabilidade e a aceitação dos seus modos de vida, verificando-se a persistência, mesmo nas sociedades democráticas, de noções e comportamentos discriminatórios em relação a sexualidades alternativas à norma da heterossexualidade. Nomeadamente, a religião, e posteriormente a ciência, contribuíram de forma determinante para a definição desse estatuto. Este cenário tem vindo a alterar-se, com a emergência dos movimentos de emancipação destas minorias, e com sucessivas conquistas dos seus direitos democráticos.

**Clara Roldão Pinto Caldeira**  
Universidade Lusófona de Humanidades e  
Tecnologias

\* Artigo elaborado a partir de uma investigação produzida para provas de mestrado, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova.

Pretende-se problematizar o papel do jornalismo na representação social das minorias sexuais enquanto território de intersecção dos vários discursos e ele próprio um discurso específico sobre a realidade social. Pretende-se verificar como é que as minorias sexuais são integradas no território jornalístico, enquanto fenómeno questionador da norma e enquanto grupo simultaneamente investido na reivindicação dos seus direitos. Admite-se que o discurso jornalístico pode, neste âmbito, constituir uma força ideológica de reforço da norma ou, contrariamente, contribuir para a alteração da concepção social destas minorias. Encara-se, a este nível, a hipótese de a própria evolução da afirmação pública das minorias sexuais num registo reivindicativo de igualitarização dos seus direitos em relação à restante sociedade e o reconhecimento, ainda que lento, num regime democrático, dessas reivindicações possam ter lugar no território do discurso jornalístico, independentemente da manutenção de um centro social resistente à integração destas identidades e à sua emancipação face a um estatuto social marginalizante.

## O discurso jornalístico-um território no universo mediático

De que modo os meios de comunicação de massa, e em particular a televisão, condicionam e alteram a visibilidade das minorias sexuais?

A teoria social dos media de Thompson trata aprofundadamente as mudanças introduzidas pelos meios de massa na circulação de formas simbólicas. A comunicação de massa tem características específicas indissociáveis da emergência das sociedades modernas e do capitalismo. Assim, os bens simbólicos passaram a ser produzidos no âmbito de um desenvolvimento técnico que permite a fixação e a reprodução, através de uma relação de sentido único que institui uma separação entre produtores e receptores, permitindo a disponibilidade das formas simbólicas através do espaço e no tempo (Thompson, 1995). Essencialmente, os media modernos mediatizam a realidade, através da produção e comercialização das formas simbólicas, ultrapassando as limitações da comunicação face-a-face, superando as barreiras espacio-temporais, expandindo enormemente o seu alcance.

A circulação pública de bens simbólicos a que Thompson se refere, através da mediatização, levanta várias questões sociais, inimagináveis quando a troca de bens simbólicos dependia de um mesmo espaço e tempo, nomeadamente em termos de alteração das condições de visibilidade (*idem*).

A transmissão de bens culturais através do espaço e do tempo permite o contacto com realidades desconhecidas e inacessíveis por outros meios. A homossexualidade, a bissexualidade e a transexualidade inserem-se certamente no tipo de realidade com que a grande maioria das pessoas nunca chegaria a contactar se não existisse comunicação mediatizada. Assim, os media criam uma possibilidade de experiência não só com realidades espacio-temporalmente afastadas, mas socialmente distantes. Os media criam visibilidade às minorias e possibilitam experiência/contacto com realidades normalmente escondidas.

A mediatização vem assim, ironicamente, inverter aquilo que uma perspectiva histórica identificava como o sequestro da experiência, ou seja, uma tendência para remeter para a invisibilidade algumas vivências que se entendia deverem estar separadas do normal funcionamento social, afastando-as para espaços delimitados e de difícil acesso. Escreve Thompson: «(...) o sequestro institucional da experiência evoluiu a par de outro desenvolvimento que, de certa forma,

o contrária: a expansão massiva de formas de experiência mediatizada» (1995: 226). Estas realidades, como a doença, a deficiência, a loucura, eram isoladas da sociedade em virtude do seu carácter desviante, segundo uma perspectiva funcional do desvio. Os media, pela sua capacidade de mediatizar experiências privadas e socialmente invisíveis, devolvem à sociedade o contacto com as realidades consideradas desviantes. No caso das minorias sexuais, esta reviravolta da História fornece matéria de reflexão, na medida em que o estatuto público que os media lhes podem conceder terá, eventualmente, consequências ao nível da sua imagem social, de acordo com uma noção de desvio em constante alteração, por via da confrontação social.

A mediatização constitui sempre e necessariamente uma opção representacional, consciente ou não, estruturada por mecanismos de selecção e exclusão, edição, narrativa, discursos verbal e visual, sua disposição e usos. A produção noticiosa, em particular, é um trabalho activo de seleccionar e apresentar, estruturar e moldar, constituindo-se como uma prática significativa. O que é relevante analisar nos media é a forma como mobilizam os seus recursos específicos para uma determinada forma de mediatizar o real, isto é, de o representar (Hall, 1988).

Kellner (1990) aborda a questão da ideologia nos meios de comunicação de massa, particularmente na televisão. A sua percepção da questão ideológica neste meio resulta de uma contextualização histórica que leva o autor a compreender a televisão a partir de uma dupla matriz, económica e política nos Estados Unidos da América (EUA): o capitalismo e a democracia. Embora a sua análise se foque no caso americano, é legítimo generalizar a ideia ao mundo ocidental. O caso português, a este nível, não goza de similitudes com o americano, e é bastante particular, uma vez que, ao contrário do que aconteceu na maioria dos países europeus, na década em que a televisão foi generalizada, Portugal vivia ainda sob uma ditadura. A emergência da televisão no nosso país não esteve assim associada nem ao capitalismo nem à democracia, mas pode afirmar-se que actualmente depende e relaciona-se profundamente com ambos.

Embora as suas posições sejam bastante críticas em relação à influência dos factores económicos na televisão, Kellner considera que este meio é um espaço de confronto entre forças sociais, sendo as suas funções e efeitos contraditórios: «Às vezes reproduz o *status quo* de uma forma altamente conservadora, outras promove mudança (liberal) e reformas sociais» (1990: 6). A importância da televisão, dada a sua enorme penetração no quotidiano, transformando este meio em fonte exclusiva de informação para um número muito significativo de pessoas em todo o mundo, faz dela a arena onde se confrontam os interesses e as facções sociais. Escreve Kellner: «Do meu ponto de vista, a televisão, longe de ser a voz monolítica da ideologia liberal ou conservadora, é um meio muito conflitual no qual se intersectam forças políticas, sociais e culturais em competição» (1990: 14).

A visibilidade que os vários movimentos progressistas tiveram, nos anos 60 e 70, dos negros, homossexuais, ambientalistas e outros, reflecte a possibilidade de confronto e resistência à cultura dominante. Os media americanos tiveram o papel de fazer a mediação entre grupos em confronto no sentido da estabilização e integração sociais. A visibilidade destes movimentos foi também atravessada por contradições, refere Kellner, o que reflecte as tensões entre a dimensão capitalista e democrática dos media. A pressão de grupos em luta não pode ser sistematicamente ignorada pelos media, porque se coloca, a este nível, o problema da legitimidade, relacionada com as funções democráticas atribuídas aos media.

Apesar de reconhecer a influência das forças económicas no sistema mediático, com sério prejuízo para a democracia e o pluralismo, Kellner refere que o discurso jornalístico, ao nível da

dimensão informativa da televisão, tem uma especificidade própria, subordinada a regras e princípios éticos e deontológicos. Assim, várias tensões atravessam o meio televisivo, a partir das dimensões comercial (fidelização de grandes audiências) e democrática (promoção de informação em favor do «interesse público») da televisão, sendo o resultado das lutas variável consoante o momento histórico particular, e os vários condicionalismos que intervêm no seu funcionamento.

## O discurso jornalístico-um território com o seu próprio mapa

Para analisar a representação mediática das minorias sexuais produzida pelo discurso jornalístico, há que considerar um conjunto de características relevantes das condições e lógicas de produção do mesmo e a sua relação com a realidade destas minorias.

As notícias constróem uma determinada perspectiva sobre a realidade, apesar da sua legitimidade social advir da pretensão de apresentar a realidade tal como ela é, de modo transparente, objectivo e total.

O clássico estudo de Galtung e Ruge, «Structuring and selecting the news», de 1965, é fundador na enunciação dos valores-notícia que organizam a produção noticiosa, e que ainda hoje constituem uma referência. Os autores comparam o processo de selecção de acontecimentos noticiáveis à captação de um rádio. O factor tempo surge como um dos poderosos factores de selecção. Usando a analogia da rádio, escrevem os autores: «Tal como a frequência da rádio tem limitações em relação às ondas electro-magnéticas, também o jornal terá as suas limitações, e defendemos a tese de que quanto mais semelhante for a frequência de um evento à frequência do meio de comunicação, mais provável é que seja registado como notícia por esse meio de comunicação» (Galtung e Ruge, 1988: 53). Assim, mais facilmente os acontecimentos diários são captados pelo discurso noticioso do que os processos a longo prazo, a não ser que estes atinjam, num momento preciso, o seu climax dramático, abrindo a possibilidade de isolar um ponto no tempo que possa ser apreendido pela rotina de produção diária. Assim, por exemplo, uma decisão no âmbito legislativo que afecte as minorias sexuais é mais facilmente enquadrável na lógica de produção noticiosa diária do que a luta reivindicativa das minorias, os seus argumentos, e as consequências nas suas vidas quotidianas pelo não-reconhecimento de determinados direitos. Ou seja, as notícias representam um momento mas não fornecem sobre ele a complexidade do processo que o envolveu, o que configura a propensão para acontecimentos e não para problemáticas.

A não-ambiguidade dos acontecimentos é outro factor que condiciona a sua inclusão nas notícias, usando ainda a metáfora da captação de som. E esclarecem os autores: «Não é uma questão de preferir o simples ao complexo, mas um preciosismo disso: é antes um evento com uma interpretação clara, sem ambiguidades de sentido é preferível a um acontecimento ambíguo, cujas implicações podem e serão várias e inconsistentes» (*idem*: 54). O desconhecimento e a incompreensão social sobre a complexidade das realidades minoritárias é um dos aspectos que as torna um assunto pouco noticiável.

Um outro factor relaciona-se com o sentido dos acontecimentos: a proximidade cultural: «É como uma pessoa do Norte da Europa a sintonizar uma estação de rádio em Marrocos: provavelmente passará pela música árabe sem dar atenção e continuará à procura de uma frequência, encontrando satisfação em ouvir música europeia e a língua francesa» (*ibidem*). Um dos

motivos que pode condicionar a inclusão nas notícias de acontecimentos culturalmente distantes é a sua relevância, continuando a ter como ponto de referência a sua cultura: «Um país culturalmente distante pode ser relevante por via de um conflito com o nosso próprio grupo» (*ibidem*). Em relação à matriz cultural dominante, o *mainstream*, as minorias sexuais constituem «uma frequência distante», o que se cruza com a questão comercial das audiências. Como se trata de um fenómeno minoritário não se revela tão aliciante em termos de interesse público pressuposto, a não ser que a lógica adversarial ou de contraste com a norma seja evidenciada.

A consonância é outro aspecto apontado para a selecção das notícias, e relaciona-se com a expectativa: «Uma pessoa prevê que alguma coisa pode acontecer e isso cria uma matriz mental para a recepção e registo de um acontecimento, se ele vier de facto a acontecer» (*idem*: 55). Por contraponto, o inesperado é um valor-notícia fundamental, mas não é contraditório com os anteriores: o inesperado constitui-se assim em relação a uma matriz do que é esperado e estável, e o seu valor enquanto notícia resulta dessa referência. Assim, os acontecimentos de continuidade são registados como notícias mesmo que a amplitude diminua, pelo menos durante algum tempo. Este factor relaciona-se com a necessidade de produzir notícias regularmente, mas tem uma implicação interessante: uma vez que um acontecimento é reconhecido como notícia, os seus desenvolvimentos são reconhecidos como factos noticiáveis. Isso pode ter implicações positivas na representação das minorias sexuais: se estas são agendadas uma vez, poderão voltar a ser.

Galtung e Ruge consideram factores de ordem cultural para a definição dos valores-notícia, numa perspectiva ocidental. Um dos valores-notícia considerado neste âmbito é a elite: países de elite e personalidades de elite têm grandes probabilidades de ser notícia, porque as suas acções têm conseqüências para um mais vasto número de pessoas e porque as elites têm um valor simbólico de identificação para toda a sociedade (*idem*: 56-57). Devido às questões da estigmatização e ao secretismo a que muitos elementos das minorias sexuais se condenam, por receio de represálias nos meios familiar e profissional, e à quase inexistência de figuras relevantes do mundo empresarial e político assumidas, as minorias sexuais não são contempladas pelo valor-notícia da elite.

A personificação é um valor-notícia mais complexo. Tem implicações no conteúdo das notícias, e constitui-se ainda como marca linguística do discurso jornalístico: «Consideramos que as notícias têm tendência para apresentar os acontecimentos como frases em que há um sujeito, uma pessoa nomeada ou uma colectividade de algumas pessoas, e deste modo os acontecimentos são vistos como uma conseqüência da acção dessa pessoa ou dessas pessoas» (*idem*: 57). Em parte, a personificação resulta do valor-notícia das elites, mas não se confunde com ele. As notícias sobre elites podem ser personificadas mais facilmente, mas a personificação aplica-se ao discurso noticioso em geral. Galtung e Ruge defendem que isso pode ter uma relação muito forte com um idealismo cultural que perspectiva o Homem enquanto ser dotado de vontade própria capaz de comandar os seus destinos (*ibidem*). A personificação das notícias pode efectivamente resultar disso, mas produz também o seu reforço. Ainda, os autores identificam a pertinência deste valor-notícia com um motivo que se prende com a lógica das audiências: a personificação facilita a empatia e a identificação dos espectadores com o que se está a passar. No caso das minorias sexuais, a inexistência de uma elite social assumida que as represente, e a dificuldade em encontrar muitas pessoas que expressem publicamente a sua sexualidade alternativa, e o facto das minorias sexuais constituírem um fenómeno questionador da norma social torna as suas possibilidades de exclusão da lógica noticiosa maiores.

A negatividade é um valor-notícia muito importante, que se traduz na máxima «más notícias são boas notícias». Galtung e Ruge apontam algumas razões que explicam a importância noticiosa da negatividade: satisfaz melhor o critério de frequência, os acontecimentos negativos são mais facilmente consensuais e pouco ambíguos, os acontecimentos negativos perturbam uma normalidade social estrutural e por isso é mais fácil serem interpretados pela maioria como disruptivos. De acordo com as teses de Ericson et al (1987), segundo as quais as notícias tornam visível o desvio no sentido de reforçar a normalidade social, o valor da negatividade pode ser decisivo na contemplação das minorias sexuais pelo discurso noticioso, mas de forma estereotipada e reforçadora da imagem social mais comum.

O estudo de Galtung e Ruge é fundador de muitos outros textos sobre a selecção e construção das notícias, no âmbito do *newsmaking*. Golding e Elliott consideram as necessidades e os interesses das audiências e a disponibilidade do material informativo os dois factores que condicionam a ideologia profissional. Escrevem sobre os valores-notícia: «São o caso típico da conversão de uma necessidade em virtude» (Golding e Elliott, 1996: 633). Estes autores consideram que os valores-notícia são «muito mais a explicação ou justificação de procedimentos necessários do que a sua causa» (*idem*: 632). Assim, se consideramos os interesses das audiências, e a incorporação pelos jornalistas da noção de «o que vende», é admissível que os assuntos relativos às minorias sexuais não sejam considerados pelos jornalistas como de «interesse público», na medida em que são realidades minoritárias que são instabilizadoras da norma social. Quanto à questão da acessibilidade, que contempla a disponibilidade de material informativo sobre um assunto e a preparação prévia dos profissionais para lidar com as questões, deve dizer-se que, frequentemente, as matérias relativas às minorias sexuais são desconhecidas das organizações noticiosas, o que aliás é confirmado pela escassez de notícias sobre essas realidades na televisão portuguesa antes da afirmação do associativismo. Este constitui-se, naturalmente, como a fonte de informação mais acessível aos media, e a sua acção só se verifica em Portugal de forma sistemática a partir da década de 90, com um notável crescimento a partir de 1995.

Hall et al tratam a questão das fontes no âmbito dos definidores primários e secundários: o facto das instituições serem produtores regulares de acontecimentos e por isso sistematicamente noticiadas, gerando as categorias noticiosas principais (economia, política, desporto) coloca-as no papel de definidores primários das notícias, o que torna os jornalistas definidores secundários (Hall et al, 1996). Os autores consideram que os valores profissionais da objectividade, imparcialidade e equilíbrio conduzem ao recurso privilegiado a fontes institucionais. As minorias sexuais, enquanto grupo em reivindicação pelos seus direitos com uma representação associativa muito recente em Portugal, não estão organizadas em instituições cujo reconhecimento social as coloque no papel de «fontes primárias», estando mais à mercê, do que outros grupos, da iniciativa mediática para obter visibilidade.

## **Um estudo de caso: a representação das minorias sexuais na informação da SIC de 1995-2000**

Este estudo debruçou-se sobre as notícias cujo assunto ou tema se relacionem com minorias sexuais divulgadas em espaços informativos regulares (noticiários) da SIC entre 1995 e 2000.

No período considerado, 119 notícias foram emitidas nos noticiários desta estação televisiva. Observa-se um aumento acentuado da frequência de notícias sobre minorias sexuais de 1995 até

1997. No primeiro ano em análise, há apenas 4 notícias sobre minorias sexuais, em 1996 o número sobe para o quádruplo (17) e em 1997 há 36 peças que incidem sobre temáticas. A partir deste ano, e até 2000, a frequência diminui, mas nunca chega a atingir o nível de 1995. Tanto em 1998 como em 1999 há 23 peças, e em 2000 o número cai para 17, uma frequência que representa ainda sensivelmente quatro vezes mais do que o número de peças em 1995. Pode dizer-se que as minorias sexuais entram no alinhamento noticioso de uma forma definitiva, nunca chegando a atingir tão fraca visibilidade como no ano de 1995, o que poderá relacionar-se com a maior regularidade da acção associativa, que já existe nesse ano, mas é reforçada a partir de 1997.

Uma análise de frequência dos temas das peças noticiosas teve como objectivo obter uma caracterização da abordagem noticiosa às minorias sexuais neste período, procurando identificar em que âmbitos estas constituem matéria noticiável e quais destes se destacam em termos quantitativos.

A análise de frequência da classificação temática das 119 peças em análise do *corpus* permite concluir que há três temas dominantes: «Casos de Tribunal», «Manifestações» e «Questões Legislativas». O tema mais frequente é «Casos de Tribunal» (24 peças), e o sub-tema é «crimes de pedofilia» (12 peças), seguido de «crimes contra minorias» (9 peças). Este dado é interessante, porque anuncia já uma complexidade do *corpus*. Se por um lado há uma presença significativa (e dominante) do tema da pedofilia, que associa as sexualidades alternativas a comportamentos sociais desviantes, por outro há uma visibilização dos chamados crimes de ódio, que remetem as minorias sexuais para um estatuto de vítima. Os temas «Manifestações» e «Questões Legislativas» apresentam uma frequência próxima ao longo dos 6 anos (22 e 21 peças, respectivamente). No primeiro, o sub-tema dominante é «*gay pride*» (12 peças), a classificação temática que enquadra as notícias sobre um acontecimento que se dá em vários países todos os anos, na data de comemoração do Dia Internacional do Orgulho *Gay*. No segundo, o sub-tema dominante é «união de facto» (13 peças), o que se justifica pelo processo legislativo de discussão de nova legislação em Portugal para incluir os homossexuais, e por esta ser a reivindicação mais comum em todo o mundo, em alguns países gerando processos de reconhecimento efectivos.

Os outros temas mais frequentes são, por ordem decrescente: «Debates/polémicas» (15 peças), «Personalidades» (8 peças), «Eventos Culturais» (7 peças), *Fait Divers* e *Vida Associativa/Apoios* e «Transexualidade» (4 peças), «Media» e «Repressão» (3 peças), e «Histórias de Vida» e «Religião» (2 peças).

Os temas mais frequentes no agendamento noticioso destas minorias revelam que a sua representação é enquadrada em âmbitos temáticos que afectam directamente a vida quotidiana das minorias sexuais ou que têm a ver com iniciativas das próprias, conferindo-lhes legitimidade no plano político, e no plano cívico, respectivamente pelas categorias «Manifestações» e «Questões Legislativas». Há assim, um eixo de representação das minorias sexuais que tende a constituí-las como grupo reconhecido na luta pelo direito de igualitarização e expressão identitária pública. Realça-se que o facto destes temas serem relativos a acontecimentos específicos, associados à esfera político-parlamentar, e a acontecimentos programados, como a festa anual de comemoração do Dia do Orgulho *Gay*, terá contribuído para uma articulação positiva entre as rotinas de produção jornalística e a realidade LGBT. A cobertura de acontecimentos em que as minorias sexuais são os promotores e os protagonistas confere legitimidade ao seu esforço de publicitação, que poderia não ter efeito público e equivaler a uma quase inexistência social se não tivesse visibilidade mediática.

É assinalável que, na esfera já referida de temas noticiosos que remetem para o reconhecimento da questão da igualitarização de direitos no âmbito político, a SIC tenha protagonizado uma iniciativa que configura uma abordagem a uma problemática: trata-se de uma série de peças sobre o direito ao casamento entre homossexuais, quando não existia ainda nenhuma discussão pública em torno da questão das uniões de facto.

É inexistente nas notícias sobre as minorias sexuais qualquer tema que abranja a bissexualidade, absolutamente invisível no *corpus* estudado, o que demonstra a dificuldade de apreender a complexidade identitária deste grupo fora do binómio hetero/homo, que estrutura o discurso social em geral e jornalístico em particular sobre as minorias sexuais. Verifica-se uma dificuldade por parte do discurso jornalístico em integrar a ambiguidade.

Apresentamos ainda alguns aspectos revelados pela análise de conteúdo, numa perspectiva qualitativa. A homossexualidade é definida frequentemente nas notícias por associação ao lado folclórico, exibicionista da sexualidade, do corpo e da indefinição de género. É frequente ser a relação texto/imagem nas notícias que promove esta caracterização da homossexualidade, com efeitos representacionais poderosos pelo poder de verdade do dispositivo imagético da televisão que ofusca as questões de selecção e enquadramento. Esta assimilação entre a homossexualidade e os travestis ou as *drag queens*, figuras propositadamente parodiantes do género e oriundas da vida do espectáculo, reduz a diferença identitária à homossexualidade, caracteriza-a reforçando os estereótipos sociais e usa a imagem de uma facção do grupo LGBT (os transgéneros) sem abordar na sua especificidade. A predominância das imagens de excentricidade na representação de eventos públicos com um carácter festivo mas também reivindicativo pode ser problematizada à luz do conflito que atravessa os media noticiosos entre valores democráticos e valores comerciais: a apresentação da raridade corresponde a uma abordagem sensacionalista que prevê maior atenção do público aos aspectos folclóricos e um menor interesse nas questões políticas de um grupo minoritário, às quais o grande público não está sensível e pode eventualmente ser reactivo. Pode dizer-se que nestes casos, a representação produzida é ideológica na medida em que a relação texto/imagem é construtiva de uma caracterização dos LGBT que os remete para o seu estatuto desviante, reforçando- o .

A dimensão associativa das minorias sexuais é integrada na sua representação, mas o seu grau de reconhecimento é relativo. Um dos modos de obscurecimento desse aspecto é visível precisamente nas notícias cujo tema se relaciona com a dimensão de afirmação pública de identidades em protesto, em que muitas vezes a organização do evento e o seu propósito reivindicativo são submersos pela dimensão folclórica. Em vários casos, os dirigentes associativos, colocados em discurso directo, não são identificados explicitamente, o que é prejudicial ao estabelecimento de uma identificação segura, para o público, entre uma determinada pessoa e um propósito associativo, acabando por a identidade do testemunhante ser tomada pela categoria «homossexual». Esta análise indicia que embora as minorias sexuais, através da sua representação associativa tenham acesso aos media, com oportunidade de se expressar, o obscurecimento desse estatuto leva ao não reconhecimento destas associações como fontes primárias, com maior poder sobre a representação mediática.

É assinalável que seja frequente a inclusão, nas notícias, no âmbito do princípio jornalístico da objectividade, de opiniões de populares, confrontados com acontecimentos envolvendo a expressão pública das minorias sexuais. Verifica-se mais uma vez que a representação das minorias sexuais é

marcada pelo binómio hetero/homo, ou homossexuais/restante sociedade. Emerge aqui a questão do desvio e da norma: o facto de serem incluídas perspectivas exteriores ao grupo LGBT enquanto representativas da voz social, assimilada à norma heterossexual, atesta uma perspectiva sobre este grupo ainda marcada pelo carácter desviante que tradicionalmente lhe é atribuído. A validade noticiosa destes testemunhos, em vários casos analisados, depende ainda de um confronto da diferença sexual com a restante sociedade, e em algumas notícias, mais particularmente com as instituições associadas à normatividade heterossexual, como por exemplo a família.

## Conclusões

Perante a análise do caso da SIC, é impossível afirmar em termos absolutos que a representação produzida das minorias sexuais é exclusivamente reforçadora do estatuto desviante e marginal ou integradora. Alguns aspectos, como as próprias categorias temáticas mais frequentes das notícias, demonstram uma inclusão das minorias sexuais na produção noticiosa em eixos tendencialmente integradores, por serem áreas que dizem directamente respeito aos seus direitos e a acções de que são protagonistas. No entanto, a prevalência de uma lógica representacional subordinada ao binómio homo/hetero, e a produção de uma representação que enfatiza os aspectos estigmatizantes destas minorias e a assimilação da diversidade identitária na categoria abstracta de «homossexuais» (definida pela diferença em relação à norma) indica que alguns estereótipos continuam activos. No entanto, considera-se que a emergência do associativismo influencia positivamente o agendamento das questões das minorias sexuais, que são representadas ora pelo lado estigmatizante, ora dando delas uma visão positiva.

O discurso jornalístico constitui-se assim como um território de intersecção de várias forças sociais, sujeito a lógicas específicas que condicionam a representação produzida de uma realidade minoritária: embora reflecta a centralidade social, e as ideologias dominantes, é permeável às mudanças sociais e à introdução de novas forças e dinâmicas redefinidoras da sociedade.

## Bibliografia

- Ericson et al (1987) *Visualizing Deviance: A Study of News Organizations*, Toronto, University of Toronto Press.
- Galtung J. e Ruge, M. (1988) «Structuring and selecting the news», in S. Cohen. e J. Young (orgs) *The Manufacture of News. Deviance, Social Problems and Mass Media*, London, Constable: pp. 52-63 (or. 1965).
- Golding, P. e Elliott, P. (1996) «News values and news production», in P. Marris e S. Thornham, *Media Studies. A Reader*, Edinburgh, Edinburgh University Press: pp. 632-544 (or. 1979).
- Hall, S. (1988) «The rediscovery of «ideology»: return of the repressed in media studies», in M. Gurevitch et al (orgs) *Culture, Society and the Media*, London, Routledge: pp 56-90.
- Hall, S. et al (1996) «The social production of news», in P. Marris e S. Thornham, *Media Studies. A Reader*, Edinburgh, Edinburgh University Press: pp. 645-652
- Kellner, D. (1990) *Television and the Crisis of Democracy*, Boulder, Westview Press.
- Thompson, J. B. (1995) *The Media and Modernity: a Social Theory of the Media*, Cambridge, Polity Press.



## **O LUGAR DA PERSONAGEM NOS GÉNEROS DE OPINIÃO: «CARLOS CRUZ» NO DISCURSO JORNALÍSTICO SOBRE O EURO 2004 E O PROCESSO CASA PIA**

O propósito deste artigo é fazer a análise do tratamento jornalístico, em artigos de opinião, da «personagem» Carlos Cruz, conhecido produtor e apresentador da televisão portuguesa, cujo nome esteve directamente envolvido em dois acontecimentos de grande projecção mediática: a atribuição da organização do Campeonato Europeu de Futebol a Portugal, e o escândalo de pedofilia na Casa Pia de Lisboa.

A escolha destes dois momentos mediáticos não tem como intenção central desenvolver uma análise comparativa entre eles em termos de projecção e impacto nos media, desde logo porque o primeiro se esgota num curto período de tempo (Carlos Cruz dá por terminado o seu contributo para o evento, logo após a vitória da candidatura portuguesa) e o segundo está ainda a decorrer.

A decisão da UEFA sobre o país que irá organizar o Campeonato da Europa de Futebol de 2004 é conhecida a 12 de Outubro de 1999. Portugal é o escolhido e os jornais fazem eco da vitória. Por entre louvores a governantes e dirigentes, sobressai o nome de Carlos Cruz, Presidente da Comissão de Candidatura. Nos dias que se seguem, discute-se quem irá ficar à frente da estrutura organizativa do evento e Carlos Cruz é o preferido para o cargo; no entanto, recusa, alegando já ter cumprido o seu papel. Retira-se num momento alto do seu reconhecimento público e retoma a sua actividade na televisão.

O seu nome surgirá nos jornais três anos depois. A 22 de Novembro de 2002 a investi-

**Anabela de Sousa Lopes**

Escola Superior de Comunicação Social

**Maria José Mata**

Universidade Lusófona de Humanidades e  
Tecnologias

Escola Superior de Comunicação Social

gação SIC/Expresso revela a existência de casos de pedofilia na Casa Pia, em Lisboa. No dia 25, Carlos Silvino, antigo funcionário da Casa Pia é detido pela Polícia Judiciária, alegadamente por ter violado dezenas de menores da instituição. No mesmo dia, Luís Rebelo, provedor da Casa Pia, é demitido pelo ministro da Segurança Social, Bagão Félix, e um dia depois Teresa Costa Macedo – que tutelou a Casa Pia entre 1981 e 1983, como Secretária de Estado – entrega à PJ relatórios que alegadamente provam que as autoridades tinham conhecimento da situação desde 1982. Surge então o nome de Carlos Cruz como tendo sido referido por uma das testemunhas citadas no relatório e, a 28 de Novembro, o apresentador defende-se publicamente nas televisões. Dois meses depois, a 31 de Janeiro de 2003, é preso.

A atribuição da organização do Euro 2004 e o processo de pedofilia da Casa Pia são dois acontecimentos que marcarão a agenda jornalística do país pelo ineditismo e impacto que causam, embora o primeiro tenha ocorrido num contexto de previsibilidade maior do que o segundo, dado ser consequência de um evento previamente agendado. São duas «estórias», cruzadas de muitas histórias, com um protagonista em comum: uma figura mediática.

Os meios de comunicação são responsáveis pela mediação simbólica da realidade. Ao produzirem discursos sobre a realidade, os media, esperam que o leitor ou o ouvinte construam uma representação textual e um modelo situacional segundo a intenção de quem escreve (Van Dijk, 1996: 22).

Nas páginas dos jornais, informação e opinião dividem tarefas na exposição dos acontecimentos. No que respeita à opinião, diferentes vozes servem as intenções editoriais de demonstração de pluralidade de ideias e confronto de perspectivas, com vista a ajudar os leitores a construir a sua própria opinião sobre os assuntos. Os espaços de opinião não traduzem apenas a manifestação de uma tomada de posição por parte dos colunistas ou dos editores; eles configuram estratégias persuasivas, com vista à adesão dos leitores (quer à retórica do colunista, quer aos valores do jornal), mediante a apresentação de argumentos considerados válidos e consistentes. Aqui, não são os factos a matéria-prima essencial, mas a emanação ideológica (de efeitos performativos) produzida por esses factos.

A presente análise incide exclusivamente nos artigos de opinião, publicados em dois jornais diários generalistas – *Público* e *Diário de Notícias* – e dois semanários – o *Expresso* e *O Independente*. Foram considerados dois períodos-chave: o primeiro, de Outubro a Dezembro de 1999, corresponde à revelação do resultado da candidatura portuguesa à organização do Europeu de futebol, e à glorificação de Carlos Cruz como o grande obreiro da vitória; o segundo, entre Outubro de 2002 a Março de 2003, acompanha as primeiras revelações sobre abusos sexuais de crianças da Casa Pia e a prisão de Carlos Cruz, como um dos arguidos.

O nosso objectivo é aferir a forma como o discurso ideológico sobre estes dois acontecimentos trabalhou um dos seus principais protagonistas: Carlos Cruz.

Começamos por detalhar o modo como os jornais organizaram o seu discurso de opinião.

## Os dois eixos do discurso de opinião: euforia e disforia

Do ponto de vista retórico, os géneros de opinião assentam no *ethos* (no sentido Aristotélico) do seu autor. Este *ethos* pode ser manifestado através dos valores, preferências, intenções e finalidades, que constituem o *ethos nuclear*, centro nevralgico do *ethos* retórico (Cf. Pan: 1996).

Neste *ethos nuclear* inclui-se a presença do autor no texto como mais um personagem, caracterizado de tal modo que se destacam os traços que o dotam de credibilidade (entre eles, a competência ou conhecimento sobre um tema). No discurso sobre o Euro e no discurso sobre o processo Casa Pia o *ethos* dos articulistas manifesta-se de forma diferente em relação, quer aos acontecimentos, quer em relação à personagem «Carlos Cruz».

A vitória sobre a candidatura espanhola à organização do Euro 2004 e as revelações sobre crimes de pedofilia praticados sobre crianças da Casa Pia aparecem no discurso da imprensa a partir de dois eixos opostos de significação: euforia e disforia, respectivamente.

O discurso sobre a atribuição da organização Euro 2004 é assumidamente eufórico. É um feito inédito. Pela primeira vez, Portugal vai organizar este evento e, depois da Expo'98, o Euro 2004 surge, simultaneamente, como um motivo de orgulho e de reforço da auto-estima nacional, e como um desafio, uma «grande oportunidade» que o país não pode falhar. A 16 de Outubro, no *Diário de Notícias*, Madalena Mendes escreve: «na hora da vitória o país falou, gritou, saltou de alegria e os analistas escreveram que Portugal está na moda».

A maior parte das peças de opinião sobre este tema, nos quatro jornais analisados, situam-se nas secções especializadas de Desporto, onde os autores dominam o assunto e argumentam com a autoridade que lhe é conferida por esse saber. A coluna é o género de opinião predominante em todos os jornais analisados. No *Público* e no *Expresso* a distribuição é equilibrada pelos restantes géneros; no *Diário de Notícias* a crónica está em segundo lugar de ocorrência (surge precisamente na secção de Desporto), e *O Independente* tem apenas mais um barómetro<sup>1</sup> e um comentário, para além de seis colunas (ver quadro 1). As unidades de redacção opinativas sobre o tema ocorrem maioritariamente nos dias imediatos à divulgação da notícia e permanecem apenas durante o primeiro mês. Durante este período, enquanto as unidades informativas dão voz à reacção de políticos e dirigentes, os espaços de opinião acentuam a desilusão da Espanha e valoriza-se a personagem Carlos Cruz (CC) pela vitória, relembrando o seu percurso profissional e os seus maiores êxitos. O tom é de regozijo generalizado.

Quadro 1  
O Euro 2004 nos géneros de opinião  
CC + Sem CC

	Público+ Pública	Diário de Notícias+ DNA	Expresso+ Revista/Única	O Independente+ Caderno 3 <sup>2</sup>
Barómetro	0	0	2	1
Perfil	2	1	1	0
Coluna	3	14	8	6
Editorial	1	0	1	0
Crónica	0	6	0	0
Comentário	2	2	2	1
Cartoon	2	0	0	0

<sup>1</sup> Optou-se, na definição da grelha de géneros para a presente análise, por designar «barómetros» as colunas que fazem uma ordenação avaliativa do comportamento das figuras públicas (Ex: «mais ou menos», «sobe e desce», etc.)

<sup>2</sup> No período entre 2002 e 2003 *O Independente* não publicou qualquer caderno

As primeiras revelações sobre o caso Casa Pia surgem na sequência de uma investigação da jornalista Felícia Cabrita, do *Expresso*. O tom dominante na imprensa é de incredulidade e indignação. Palavras como «escândalo», «vergonha», «nojo» e «pesadelo» vão marcar os discursos nos dias e meses que se seguem. A disforia é reforçada com a constante evocação do «silêncio» (expressão citada por cinco vezes no *Expresso* e quatro no *Diário de Notícias*, em espaços de opinião) cúmplice das entidades que tutelavam a Casa Pia e da necessidade de apuramento de responsabilidades.

A coluna é, mais uma vez, o género que se destaca em todos os jornais, em termos de ocorrência. Nos casos do *Público*, *Diário de Notícias* e *O Independente* segue-se o editorial; no *Expresso*, o barómetro. Note-se que o *Expresso* foi o responsável pela investigação que deu a conhecer o caso e é o que tem menos editoriais, o que pode significar a necessidade do jornal se distanciar (ver quadro 2).

Quadro 2  
A Casa Pia nos géneros de opinião  
CC + Sem CC

	Público+ Pública	Diário de Notícias+ DNA	Expresso+ Revista/Única	O Independente+ Caderno 3 <sup>3</sup>
Barómetro	0	0	5	3
Perfil	1	1	3	1
Coluna	14	27	19	27
Editorial	7	5	2	4
Crónica	0	1	0	0
Comentário	5	4	1	2
Cartoon	2	1	0	2

A retórica dos discursos sobre os dois acontecimentos tem no seu centro uma personagem, neste caso um famoso apresentador de televisão.

É a partir do lugar da personagem que o discurso se estrutura. É com referência a esta que o leitor estabelece um sistema de valores internos à narrativa. Em que espaços e com que qualificativos a constrói? Como é que esta se define, na narrativa de opinião?

## Em torno da definição da personagem

Como refere Salman Rushdie, «a criação de personagens está a tornar-se uma parte substancial do jornalismo. Os perfis e as rubricas sociais tipo «gente» (...) nunca como agora ocuparam tanto lugar nos jornais. Esses retratos são vistos de perfil: nunca se encara o sujeito de frente, faz-se incidir sobre a pessoa um olhar de esquelha (...). No entanto, as imagens criadas nesses textos estranhos (...) possuem uma força extraordinária – é praticamente impossível à pessoa de carne e

<sup>3</sup> No período entre 2002 e 2003 «O Independente» não publicou qualquer caderno.

osso modificar pelas suas palavras e pelos seus actos a impressão que deles se desprende – e, graças ao poder dos arquivos, eles perpetuam-se.» (*Apud* Mesquita, 2003: 125)

A personagem jornalística, aparece quase sempre traduzida numa «*mimésis* rudimentar» (Couégenas, 1992: 153), articulada em torno de um conjunto de qualidades fundamentais que dão maior eficácia à narrativa e facilitam a identificação das personagens, relegando para segundo plano o enriquecimento do seu perfil (Cf. Mesquita, 2003).

Nesse processo de simplificação, a personagem é quase sempre heroicizada, construída com base em atributos que a projectam e projectam o mundo através dela.

A análise detalhada dos atributos físicos e psicológicos/morais da personagem Carlos Cruz permite verificar que a heroicização é particularmente evidente na apreciação da sua actuação enquanto presidente da comissão de candidatura à organização do Euro 2004; no entanto, muitos desses atributos irão ser retomados mais tarde para proceder à sua redefinição identitária quando é detido no âmbito do processo Casa Pia.

De entre esses atributos, destacam-se os de natureza psicológica/moral e estes referem-se principalmente ao seu desempenho enquanto profissional (ver quadros 3 e 4).

### Quadro 3

**Atributos físicos de CC referidos nos espaços de opinião relativamente ao seu envolvimento no processo de pedofilia da Casa Pia.**

	<b>Público+ Pública</b>	<b>Diário de Notícias+ DNA</b>	<b>Expresso+ Revista/Única</b>	<b>O Independente+ Caderno 3</b>
<b>Atributos físicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– sobreviveu a um carcinoma na garganta</li> <li>– 62 anos</li> <li>– rosto inverosímil</li> <li>– olhos em lágrimas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Lágrimas nos olhos*</li> <li>– atávica miséria</li> </ul>	<b>Sem atributos referidos</b>	– encarcerado

\* Atributos de CC enquanto pessoa (vs enquanto profissional)

Nos casos que aqui analisamos, a atribuição do Euro 2004 a Portugal aparece nos jornais como uma conquista heróica, projectada como feito de uma nação e de um homem: «E, durante um ano e meio, foi o produtor, o criativo, o artesão e o apóstolo da ambição portuguesa. (...) foi ele o impulsionador e a cara do projecto e da vitória de Portugal. O governo fica a dever-lhe aquela que será, porventura, a maior obra dos seus mandatos. E o futebol português, que se vem afundando na Europa a nível de clubes e em Portugal a nível de dirigentes, pode agradecer-lhe aquele que será o ponto de viragem nos seus hábitos e mentalidades de paróquia.», escreve, a 16 de Outubro de 1999, Fernando Madrinha, no *Expresso*.

Trata-se do mesmo homem que, cerca de três anos depois, há-de surgir nas páginas dos mesmos jornais como um dos acusados no processo de pedofilia da Casa Pia de Lisboa. O discurso sobre os acontecimentos, mais uma vez, projecta-se no discurso sobre o país, mas agora de forma invertida: se a organização do Euro 2004 contribuiu para o reforço da imagem positiva do país, os crimes de pedofilia confrontam-no com a sua imagem negativa. «Estamos, como de costume, perante um poço sem fundo. A questão da Casa Pia confirma – no pior momento e da maneira mais brutal – a justa desconfiança dos portugueses no Estado», escreve Vasco Pulido Valente, no dia 29 de Novembro

de 2002, no *Diário de Notícias*. Um dia depois, no *Expresso*, José António Lima prossegue: «O caso da pedofilia continuada e impune que, ao longo de décadas, vem vitimando as desprotegidas crianças da Casa Pia tem a virtude, para lá da onda de repulsa e indignação que naturalmente suscita, de confrontar o país consigo próprio.(...) Eis um Estado que se habituou, tal como o país, a demitir-se das suas obrigações.»

Quadro 4

Atributos psicológicos/morais de CC referidos nos espaços de opinião sobre o Euro e sobre a Casa Pia<sup>4</sup>

	<b>Público+ Pública</b>	<b>Diário de Notícias+ DNA</b>	<b>Expresso+ RevistaÚnica</b>	<b>O Independente+ Caderno 3</b>
<b>Atributos psicológicos/morais</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- velho ídolo</li> <li>- ícone</li> <li>- incontornável</li> <li>- confiança</li> <li>- estabilidade</li> <li>- afetividade popular</li> <li>- comunicador popular</li> <li>- depressão profunda*</li> <li>- admitiu o suicídio</li> <li>- conseguiu os favores do público</li> <li>- rosto e voz de inúmeras campanhas</li> <li>- trabalho profissionalíssimo**</li> <li>- vedeta</li> <li>- sem máscara profissional**</li> <li>- hábil manipulador do silêncio**</li> <li>- frágil*+**</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sereno*</li> <li>- mágoa*</li> <li>- vítima*</li> <li>- actor consumado</li> <li>- próximo de Guilherme Tell</li> <li>- figura emblemática dos media nacionais**</li> <li>- rigoroso</li> <li>- determinado</li> <li>- vencedor</li> <li>- irresistível*</li> <li>- mau feito*</li> <li>- identidade confundido-se com a da própria televisão</li> <li>- estrela de televisão</li> <li>- parte do imaginário do povo português</li> <li>- competência</li> <li>- perseverança</li> <li>- querido amigo e colega*</li> <li>- senhor televisão</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- criou laços de afetividade</li> <li>- a sua imagem nunca mais será a mesma</li> <li>- humilhação*</li> <li>- experimenta a face negra da fama*</li> <li>- convincente na defesa*</li> <li>- força persuasiva</li> <li>- mestre do «bluff»</li> <li>- excepcional comediante</li> <li>- inocente ou grande actor*</li> <li>- produtor, criativo, artesão e o apóstolo da ambição portuguesa**</li> <li>- impulsionador</li> <li>- negociador de alto gabarito**</li> <li>- senhor Quinto Canal</li> <li>- irritante</li> <li>- teimoso</li> <li>- dedicado à família</li> <li>- herói nacional</li> <li>- excelente entrevistador</li> <li>- afável</li> <li>- tímido</li> <li>- provocador</li> <li>- inteligente</li> <li>- culto</li> <li>- decano da TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- senhor televisão</li> <li>- o mais popular apresentador de televisão</li> <li>- enorme notoriedade</li> <li>- crucificado por meio Portugal</li> <li>- imagem reputada</li> <li>- sofrimento*</li> <li>- popularidade</li> <li>- carinho</li> <li>- notoriedade positiva</li> <li>- referência emotiva da sociedade portuguesa</li> </ul>

\* Atributos de CC enquanto pessoa (Vs enquanto profissional= sem asterisco)

\*\* Atributos de CC enquanto profissional referente ao seu papel na vitória da candidatura portuguesa ao Euro 2004.

<sup>4</sup> Optou-se por transcrever literalmente as expressões atributivas utilizadas pelos jornais.

Carlos Cruz surge como a âncora fundamental desta projecção negativa: «A sociedade portuguesa, abalada com este caso, só espera que ele seja resolvido rapidamente, mas ficará muito triste se vier a perceber-se que as suas referências emotivas e queridas vão sendo destruídas na voracidade de uma sociedade que vai perdendo valores», acentua João Carlos Silva, a 7 de Fevereiro, n' *O Independente*.

Esta estratégia projectiva faz parte de um movimento mais vasto que engloba a noção de «reconhecimento socialmente identitário» (Klein e Marion, 1996: 55). Partindo da noção de reconhecimento como um processo pelo qual a identidade é revista e actualizada, o reconhecimento da personagem como pessoa real está directamente associado a um auto-reconhecimento projectivo. Identificarmo-nos com a personagem, sentirmos por ela compaixão, empatia, desprezo ou indiferença é auto-reconhecemo-nos por detrás dela.

A correspondência entre a pessoa real e a personagem é, no caso dos media, construída com base em critérios de verosimilhança, que facilitam a identificação.

Se, no que respeita ao Euro, a caracterização de Carlos Cruz passa pela alusão à sua determinação de carácter, à sua inteligência, ao momento de felicidade pessoal que atravessa, à sua dedicação à família, no que respeita ao seu envolvimento no escândalo da Casa Pia, essa caracterização é colocada em confronto com novos factos, que obrigam à definição de uma nova identidade, conflitual em relação à primeira. Daí que as reacções iniciais, nas páginas dos jornais, sejam de resistência aos novos padrões identitários. No *Público* de 4 de Fevereiro de 2003, Eduardo Prado Coelho escreve: «O deslizar de todas as instâncias estáveis é que nos deixa em estado de choque, como se os olhos em lágrimas de Carlos Cruz, em que acreditámos sem hesitações, fossem hoje a queda lenta num labirinto de espelhos em que não há referências nem paredes verticais». No dia seguinte, no mesmo diário, Joaquim Fidalgo afirma: «Queremos que seja mentira, precisamos que seja mentira, para que as coisas cá dentro continuem a fazer sentido e a ter aquela harmonia mínima em que assentamos as nossas crenças e valores». Também Ana Sá Lopes se refere a Carlos Cruz no jornal *Público* de 8 de Fevereiro de 2003: «O país entrou numa depressão profunda com a prisão de Carlos Cruz, ícone de sucessivas gerações», sublinhando ainda a sua notabilidade ao afirmar que «não foi em vão que o Governo, quando foi preciso fazer a campanha de transição para o euro e a candidatura ao Europeu de 2004, recorreu aos seus serviços».

Em alguns casos, essa resistência traduz-se ainda numa recusa assumida. N' *O Independente* de 7 de Fevereiro de 2003, João Carlos Silva afirma mesmo: «Em primeiro lugar, quero dizer que acredito inteiramente em Carlos Cruz e que considero impossível que ele tenha praticado as acções que lhe são imputadas». Na mesma linha, Helena Sacadura Cabral escreve, a 8 de Fevereiro no *Diário de Notícias*: «Recuso-me, neste momento, a falar dos acontecimentos do último fim-de-semana, porque um dos envolvidos é alguém que estimo e acredito estar inocente, a menos que a justiça me prove o contrário.»

O facto de Carlos Cruz ser uma figura pública, que tem um conhecimento e um acesso aos meios de comunicação igual ao dos articulistas que agora escrevem sobre ele, vai ser determinante para a forma como os meios de comunicação, e neste caso os jornais, desenvolvem a sua linha argumentativa sobre os acontecimentos.

## A figura pública como personagem jornalística

A «figura pública» é a expressão da personalização da vida pública. A exposição mediática contribui decisivamente para o reconhecimento público da personagem, ao mesmo tempo que comunica e exterioriza a sua posição identitária. Além disso, ao determinarem quem tem acesso aos media, as instâncias decisoras estão já a efectuar um reconhecimento (Cf. Klein e Marion, 1996). Na base dessas decisões estão critérios de notoriedade estabelecidos em função das determinações sociais, políticas, económicas e editoriais do meio.

Carlos Cruz, na sua condição de apresentador de televisão, tinha um acesso privilegiado aos media. Era uma figura pública. A pessoa e a personagem mediática subsumiam-se numa imagem de credibilidade que fundava a sua identidade. O discurso jornalístico de opinião sobre o Euro 2004 e sobre o processo Casa Pia constituiu-se, assim, como um espaço metadiscursivo onde a personagem jornalística se constrói com base numa personagem mediática e onde o próprio discurso se auto-reflecte. Isso é visível na forma como é feita alusão constante à identidade mediática de Carlos Cruz, na valorização e desvalorização que lhe é atribuída nos dois acontecimentos e na auto-crítica que se exprime ou subentende, nas páginas de opinião dos jornais, sobre a forma como, especialmente, o processo Casa Pia, e particularmente Carlos Cruz, é tratado.

A 8 de Fevereiro, no *Diário de Notícias*, Vasco Pulido Valente escreve: «De resto, o país (...) é agora Carlos Cruz.» Não disse *pedofilia*: disse *Carlos Cruz*. «(...) faltava uma estrela para a pedofilia se tornar um bom espectáculo. Carlos Cruz foi essa estrela e parece que acordou a consciência moral da nação. Claro que, apesar das poses, ninguém ou quase ninguém, está interessado na pedofilia em si. É como se ela fosse um simples problema de polícia, essencialmente estranho à sociedade em que vivemos. O público quer assistir à execução (ou à redenção) de Carlos Cruz, não quer ver nem pensar na sua atávica miséria. A desgraça dos “grandes” consola a impotência dos pequenos, com o sentimento de uma falsa igualdade». No dia seguinte, no mesmo jornal, Paulo Cunha e Silva aduz: «Carlos Cruz é alguém cuja identidade se confunde com a identidade da própria televisão. A pele da sua cara misturou-se com a pele do ecrã. E quando a pele do ecrã mostrava manchas patológicas de mau prognóstico, o carácter de Carlos Cruz funcionava como antídoto. (...) Se Carlos Cruz for culpado é o fim definitivo da televisão enquanto instância de ligação com a realidade. A última machadada sobre a verdade televisiva».

O ónus da responsabilidade de manter inalterado um reconhecimento mediático, conquistado ao longo de anos de uma carreira celebrada, é acentuado com a alusão permanente às suas marcas identitárias: o «senhor televisão», o «senhor quinto canal», o «decano da televisão».

Num perfil do *Expresso*, de 8 Fevereiro de 2003, o horizonte de ruptura com a identidade prévia é definido da seguinte forma: «Fez-se na rádio e tornou-se o rosto da TV. A sua prisão deixou os portugueses em estado de choque (...) Fechado numa cela, tornou-se personagem de um daqueles «reality shows» que não agradam mas que todo o país acompanha. O decano da TV era uma visita assídua dos lares portugueses. Deste trauma já ninguém nos livra».

A 8 Fevereiro de 2003, José António Saraiva, ainda no *Expresso* chama-lhe «O mestre do “bluff”». Há, na nova condição de Carlos Cruz, uma espécie de cruzamento de papéis mediáticos: o profissional que conhece e domina as regras de funcionamento dos media, estando apto a fazer

reverter essas competências a seu favor, é, simultaneamente, o que mais tem a perder com elas. «As multidões gostam de heróis, precisam de heróis e são sinceras quando os aplaudem. (...) Mas a humilhação que sofre uma figura pública ao ser presa num processo como este é incomensuravelmente maior do que sofreria uma pessoa qualquer. (...) Mesmo depois de sabermos que Carlos Cruz foi detido, o seu testemunho convence-nos da sua inocência. (...) Se estiver inocente, a multidão vai sentir-se defraudada: a necessidade de sangue não será satisfeita. Se for declarado culpado, temos de reconhecer que, além de notável apresentador de televisão, Carlos Cruz é um excepcional comediante. Mas, afinal, não é ele o apresentador que sempre melhor fez “bluff” com os concorrentes nos concursos televisivos?».

N’O *Independente* de 7 de Fevereiro de 2003, João Carlos Silva acrescenta: «Os danos de imagem que esta situação causa a Carlos Cruz são semelhantes a cortar-se as mãos a Júlio Pomar ou arrancar-se as cordas vocais a Dulce Pontes. Dificilmente poderá retomar a sua actividade nos mesmos termos em que a praticava, independentemente do desfecho que o processo vier a ter (até porque o julgamento e a condenação estão já a ser feitos na praça pública)». O grau de exposição mediática a que Carlos Cruz é sujeito – superior ao dos restantes arguidos no processo Casa Pia – configura o perigo desse julgamento prévio. Há, no subtexto da avaliação que os jornais fazem do impacto dos acontecimentos sobre a imagem de Carlos Cruz enquanto figura pública, um apelo implícito à auto-contenção e à auto-reflexão sobre o seu papel no desenrolar dos acontecimentos.

Estrela Serrano, na sua coluna do «Provedor do Leitor» no *Diário de Notícias*, em 17 de Fevereiro do 2003, é explícita na condenação à actuação dos media no período que sucedeu à detenção de Carlos Cruz: «Os media foram, pois, nesses dias, o lugar da catarse nacional. (...) A detenção de uma figura que mobilizou, durante anos, o afecto e admiração dos portugueses colocou os jornalistas – como muitos outros cidadãos – perante a dificuldade de compreender como é que um dos ícones da televisão portuguesa pode ser acusado de violência sexual contra o bem mais caro a uma sociedade – as suas crianças. (...) Excitados com o caudal e a natureza das revelações, inebriados pela subida das audiências, muitos jornalistas esqueceram que jornalismo é selecção, investigação, enquadramento e que nem tudo o que pode ser publicado, deve sê-lo».

## O lugar da personagem no discurso sobre os acontecimentos

Os media são, portanto, espaços privilegiados de criação e de transmissão de fenómenos de reconhecimento e de identificação. A partir do momento em que é modalizada pelos media, a pessoa torna-se personagem.

Ao ser unanimemente apontado como o grande responsável pela conquista da organização do Europeu de Futebol, a imagem pessoal e profissional de Carlos Cruz é reforçada nas páginas dos jornais. O *Expresso* e o *Diário de Notícias* foram os que publicaram maior quantidade de artigos de opinião centrados na personagem de Carlos Cruz, sendo de destacar o facto de o *Público* ser, de entre todos, o que menos peças publicou e de o *Independente* fazer uma alusão apenas marginal à personagem na maioria das suas peças.(ver quadro 5).

## Quadro 5

## O Euro 2004 e a alusão a Carlos Cruz nos géneros de opinião

	Público+ Pública		Diário de Notícias+ DNA		Expresso+ Revista/Única		O Independente+ Caderno 3	
	Out/ Dez. 99	Out. 02/ Mar. 03	Out./ Dez. 99	Out. 02/ Mar. 03	Out./ Dez. 99	Out.02/ Mar. 03	Out./ Dez. 99	Out. 02/ Mar. 03
U. R. Com alusão periférica à personagem	2	0	3	0	0	0	5	0
U.R. Com atenção centralizada no personagem	2	0	5	0	6	0	1	0

Após o momento de celebração dos factos e da sua pessoa, Carlos Cruz desapareceu dos artigos de opinião sobre o acontecimento, poucas semanas depois, naturalmente por deixar de estar ligado às estruturas organizativas do Euro 2004.

No que se refere ao processo Casa Pia, a detenção de Carlos Cruz, três meses depois das primeiras revelações, veio introduzir no discurso sobre os acontecimentos uma nova *nuance*: a delimitação do espaço da personagem dentro do espaço do acontecimento implicou a substituição de uma retórica patética (*pathos*) por uma retórica ética (*ethos*). À condenação emocionada dos factos sobreviveu a interrogação da culpabilidade da personagem. Nesta estratégia o discurso tece-se a partir da recuperação da imagem pessoal e profissional de Carlos Cruz.

Os dias seguintes à sua prisão preventiva foram marcados por um caudal noticioso intenso e os artigos de opinião reflectiam incredulidade e expectativa sobre a actuação da Justiça. Nas referências sobre o seu prestígio profissional incluem-se algumas vezes notas sobre o seu papel no Euro, mas vão estando cada vez mais ausentes à medida que o caso se vai adensando com informações sobre o seu eventual relacionamento com outras figuras indiciadas.

Embora as primeiras alusões ao seu envolvimento nos crimes de pedofilia da Casa Pia datem de Novembro de 2002, a maior parte das peças opinião que fazem alusão ao nome de Carlos Cruz serão publicadas após a sua detenção, em Janeiro de 2003. O jornal que refere mais vezes o seu nome em peças de opinião é o *Diário de Notícias*, seguindo-se *O Independente*, o qual, sendo um semanário, centrou muito mais os seus discursos de opinião sobre a personagem do que o *Expresso*, o semanário que iniciou a investigação sobre os crimes. (ver quadro 6).

No que respeita ao grau de destaque dado à personagem em cada jornal, é de referir que *O Independente* publicou mais do dobro das peças de opinião centradas em Carlos Cruz do que o *Expresso*, o mesmo acontecendo no *Diário de Notícias* em relação ao *Público*. Verifica-se, nesses dois jornais, uma maior predisposição para a personalização do acontecimento: no caso do *Diário de Notícias*, a discussão centra-se no questionamento das consequências dos acontecimentos para a imagem pública da personagem; no caso d'*O Independente*, enfatiza-se o papel das instituições e os danos causados por um julgamento precipitado de toda a sociedade.

Embora o apelo à apreciação desapassionada do «escândalo Casa Pia» seja comum aos quatro jornais, é mais notório no *Público* e no *Expresso*, cujas análises frequentemente descentram a figura de Carlos Cruz, para dar protagonismo ao processo de pedofilia de forma global.

## Quadro 6

## O «caso» Casa Pia e a alusão a Carlos Cruz nos géneros de opinião

		Público+ Pública	Diário de Notícias+ DNA	Expresso+ Revista/Única	O Independente+ Caderno 3
		Out. 02/Mar. 03	Out. 02/Mar. 03	Out. 02/Mar. 03	Out. 02/Mar. 03
U. R. Com alusão periférica à personagem	O jornal que maior	5	9	2	5
U.R. Centradas no personagem	Relação com o Euro 2004	2	0	1	0
	Sem relação com o Euro 2004	2	8	3	8

Logo após a sua detenção apresenta-se a incredulidade da «voz do povo», através de algumas opiniões de rua apresentadas como representativas de todo o país. Os meses passam e a libertação não se apresenta como uma possibilidade imediata: as opiniões populares não marcam as peças, a emoção abranda. A retórica do discurso jornalístico altera-se. As informações disponíveis não são ainda suficientes para a construção de uma argumentação distanciada. A tónica sobre o papel da Justiça acentua-se com o passar do tempo, apelando-se à serenidade e à espera pelos resultados das investigações, para não ser feita uma condenação injusta em praça pública, como se pode verificar, n'*O Independente* de 14 de Fevereiro de 2003, onde Paulo Pinto Mascarenhas afirma: «Carlos Cruz merece, obviamente, o benefício da dúvida e a presunção de inocência, apesar de já ter sido crucificado por meio Portugal». Ainda neste semanário, no dia 7 de Março de 2003, Miriam Assor afirma: «Eu nunca me tinha pronunciado sobre o ex-locutor do «Pão com Manteiga», não sou sua amiga pessoal, tão-pouco quem o advoga na justiça é meu familiar. Mas se fosse tudo isto, pensaria igual – não cambaleio em defender um espírito da quarta classe; até que a lei não se pronuncie, é uma farpa perigosa, uma injustiça titânica, denunciá-lo pedófilo, iraquiano ou secretário-geral do Casal Ventoso. Esperar nunca fez mal a ninguém».

No primeiro momento, os autores assemelham-se a porta-vozes da opinião pública, e só no segundo momento a intervenção se dirige para a construção da opinião pública. Então, ficam definidas as principais linhas a debater. Como refere Eduardo Prado Coelho, na sua coluna do jornal *Público* de 2 de Dezembro de 2002, «os movimentos de opinião têm ciclos previsíveis», fazendo notar que sobre a questão da pedofilia, «depois da indignação em catadupas vieram os artigos da moderação e da ponderação».

De entre os géneros de opinião sobre o assunto, cabe fazer aqui uma chamada de atenção final para os editoriais, pela sua natureza vinculativa específica à identidade do jornal.

A personagem Carlos Cruz surge nos editoriais apenas quando estes respeitam aos acontecimentos da Casa Pia. O seu nome não aparece em editoriais no período respeitante à vitória da candidatura portuguesa ao Euro 2004, nem é feita qualquer alusão ao seu papel nesse evento.

Os editoriais dos jornais semanários referem-se, tal como os editoriais dos diários, ao processo de pedofilia na Casa Pia salientando a inacção do Estado, o silêncio dos responsáveis, o choque para o país, mas ao contrário daqueles não se pronunciam criticamente sobre Carlos Cruz. O seu nome

surge referenciado como estando ligado ao caso, mas sem atribuição de qualificativos ou especulações sobre o alegado envolvimento. Especialmente o *Expresso*, semanário responsável pela investigação que viria a tornar público o caso, não expressa a sua opinião sobre Carlos Cruz nos editoriais, remetendo as análises opinativas para outros espaços. N' *O Independente* aborda-se o caso do eventual sócia de Carlos Cruz, investigado pelo jornal. «A possibilidade de um erro destes é assustadora», afirma Inês Serra Lopes no dia 14 de Fevereiro, sobre a hipótese de as vítimas terem tomado outra pessoa pelo apresentador de televisão.

O *Diário de Notícias* recupera o momento em que Carlos Cruz utiliza as televisões para alegar a sua inocência quando foi acusado de pedofilia dois meses antes da sua detenção, para o qualificar de «actor consumado» (Mário Bettencourt Resendes, 2 de Fevereiro de 2003) se se viesse a comprovar a sua culpa. No mesmo editorial, relembra-se ainda que não era a primeira vez «que «o senhor televisão» se via vítima de rumores particularmente desagradáveis sobre a sua vida pessoal».

Nos editoriais do *Público* destaca-se a expressão «queda de um velho ídolo» (Eduardo Dâmaso, 2 de Março de 2003) e a visibilidade pública do apresentador como factor determinante para a «incredulidade e a afectividade popular suscitada pela situação de Carlos Cruz», situação que se apresenta como «um desafio quase sem paralelo para a justiça e para o jornalismo» (Eduardo Dâmaso, 2 de Fevereiro de 2003).

Verifica-se que a tendência geral dos editoriais é a de não colocar Carlos Cruz como centro do discurso, mesmo quando é referido como o nome que abalou o país, mas a de sublinhar frequentemente que todo o caso põe a descoberto as fragilidades do Estado, questiona a justiça e põe à prova o jornalismo.

## Considerações finais

Esta análise permite identificar, no discurso ideológico dos jornais sobre a personagem Carlos Cruz, uma diferença nas estratégias evocativas do seu reconhecimento enquanto homem e enquanto profissional, nos dois acontecimentos considerados.

Como personagem central na narrativa de opinião sobre o Euro 2004, Carlos Cruz vê a sua identidade mediática reforçada por um discurso predominantemente eufórico, onde o seu nome é associado a atributos e eventos positivos.

Se nesta fase se evidenciam unanimemente opiniões elogiosas sobre o papel de Carlos Cruz, sem hesitações ou contrapontos, já a análise de conteúdo dos artigos sobre o processo Casa Pia revela a dificuldade de vários articulistas em opinar sobre uma destacada figura do meio, pelo choque, que admitem sentir, pela escassez de informações sobre a sua condição – inocente/culpado – mas também a afirmação clara de alguns da crença na sua inocência, embora, de uma forma geral, a culpa surja como hipótese, tão válida como a inocência do apresentador. A tónica do discurso é disfórica e inicialmente marcada pela emoção, embora o reforço da neutralidade se torne cada vez mais evidente com o decorrer do tempo. Verifica-se claramente que o espaço de opinião é, no jornal, o local onde se exercita a reunião e explicação dos elementos informativos expostos segundo uma coerência difusa nos géneros de informação. Se por um lado chegam a ser elementos correctivos nos jornais – através do apelo à contenção e serenidade no tratamento dos factos –, por outro

reflectem a dificuldade em processar informações que surgem em catadupa na comunicação social, muitas vezes contraditórias e especulativas. A ênfase colocada no carácter mediático de Carlos Cruz força os jornais a um exercício de autocrítica sobre o modo como devem cumprir o seu papel no jogo das representações da personagem.

## Bibliografia

- Albertos, José L. Martínez (1997), *El ocaso del periodismo*, col. «Libros de Comunicación Global», Barcelona, CIMS.
- Couégenas, Daniel (1992), *Introduction à la paralittérature*, Paris, Seuil.
- Ivo, Nuno e Mascarenhas, Oscar (2003), *O processo Casa Pia na Imprensa*, Cadernos DQ Reportagem, 1ª edição, Lisboa, D. Quixote.
- Klein, Annabelle et Marion Philippe (1996), «Reconnaissance et Identité Face a L'Espace Médiatique», in *La Reconnaissance, Recherches en Communication*, nº 6, pp. 39-64.
- Mesquita, Mário (2003), *O quarto equívoco – O poder dos media na sociedade contemporânea*, Coimbra, Edições Minerva Coimbra.
- Pan, F. López (1996), *La columna periodística: teoría y práctica – el caso de Hilo Directo*, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra, S.A.
- Rebelo, José (2000), *O Discurso do Jornal – o como e o porquê*, col.«Media&Sociedade», Lisboa, Editorial Notícias.
- Van Dijk, Teun (1990), *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción*, Barcelona, Paidós.



## ANÚNCIO E CAPA DE REVISTA: TERRITÓRIOS PARALELOS OU CONTÍGUOS?

Tanto a capa de revista como os anúncios publicitários de página inteira que surgem no seu interior têm em comum as dimensões e o facto de serem, habitualmente, constituídos pelos mesmos dois elementos base: imagem e texto. Partindo desta semelhança vamos procurar descobrir até que ponto capa e anúncio de revista coincidem ou divergem enquanto dispositivos de comunicação. Restringiremos a nossa análise às capas de *newsmagazines* (ou revistas de informação geral), por estas ocuparem um lugar de destaque no mercado internacional e por conotarem isenção, rigor, objectividade, em suma, uma cobertura jornalística de qualidade. Afastamos assim, outras publicações que, por natureza, estão mais próximas do universo da publicidade. Procuraremos, em seguida, evidências empíricas das hipóteses teóricas explanadas, analisando as capas da *newsmagazine* portuguesa *Visão* durante Janeiro de 2004<sup>1</sup>.

Segundo Henri Joannis, «o papel de um anúncio (...) consiste em fornecer uma razão para comprar um produto» (1990: 11). Se pensarmos numa revista como produto de consumo – que o é, de facto –, a capa pode ser encarada como o seu dispositivo imagético-textual mais íntimo, que fornece uma ou mais razões para a comprar. John Morrish defende mesmo que «a capa de revista é a sua mais proeminente e útil ferramenta de venda» (1996: 166).

Procurando enquadrar esta questão na estrutura da publicação, Sammye Johnson e Patricia Prijatel afirmam que «em termos

<sup>1</sup> Não foi tomada em consideração a primeira semana do ano e analisaram-se os quatro números que saíram com data de 8, 15, 22 e 29 de Janeiro.

editoriais e de design, a capa é a página mais importante da revista» (1999: 240), responsável pela «primeira impressão» que causa no leitor. De acordo com David Pecker, um dos maiores empresários internacionais na área das publicações periódicas, (já ocupou, por exemplo, o cargo de presidente da Hachette Filipacchi Magazines), actualmente é impossível vender uma revista sem uma boa capa. Segundo Pecker, 80 por cento das vendas directas de revistas são determinadas por aquilo que é mostrado na capa, logo, uma capa que venda pode significar a diferença entre a vida e a morte de uma publicação (referido em Johnson e Prijatel, 1999: 240). Verifica-se, pois, que para além da dupla imagem/texto que caracteriza a maioria dos anúncios e capas de revistas, os dois dispositivos têm também uma função em comum, que afasta o rosto das publicações do território do jornalismo: vender.

Se em certas revistas mensais femininas e masculinas a associação entre capa e anúncio publicitário é quase evidente, no caso das revistas de informação geral (ou revistas de notícias semanais, como também são conhecidas), pressupõe-se que seja diferente. Antes de mais, pela filosofia inerente ao género de publicação em questão. O conceito de *newsmagazine* remete, inevitavelmente, para a revista norte-americana *Time*, a primeira publicação deste género. Fundada em 1923, por Henry Luce, a *Time* surgiu como um produto inovador, capaz de organizar as notícias da semana, independentemente do seu grau de complexidade. Desta forma, a actualidade tornava-se rapidamente compreensível para o homem de negócios, preocupado em manter-se a par das últimas novidades.

Nasce assim a publicação semanal que intercala notícias com opinião, apostando em reportagens e em histórias de interesse humano. A aposta foi um êxito e, rapidamente, a *Time* começou a ser copiada um pouco por todo o mundo. A *Newsweek*, lançada em 1933, também nos Estados Unidos, mantém-se até hoje a sua principal rival. Actualmente, as duas *newsmagazines* partilham a circulação internacional com três concorrentes europeias: *The Economist* (britânica), *Der Spiegel* (alemã) e *L'Express* (francesa).

O leitor de *newsmagazines* espera encontrar neste tipo de publicações informação diversificada, nacional e internacional, assim como uma abordagem séria e equilibrada das problemáticas – serão estas também as preocupações subjacentes à criação das capas? De acordo com Morrish, «a história que faz a capa não é a melhor peça da revista: é apenas a melhor peça para vender na capa» (1996: 168). Mesmo encarando o jornalismo como o «fabrico da actualidade» (Crato, 1992: 88), esta preocupação real com os resultados comerciais da capa está longe da lógica da transformação do acontecimento em notícia.

## O problema das imagens e temas múltiplos

Existem vários tipos de capa (Johnson e Prijatel identificam cinco). A maioria das capas da *Time*, tende a usar apenas uma imagem e um tema. A maioria das revistas, incluindo outras *newsmagazines*, opta pela capa de imagem única, mas com vários temas. Uma vez que «um anúncio publicitário nunca é suficientemente grande para conter duas mensagens simultaneamente» (Joannis, 1990: 11), este argumento poderia afastá-lo definitivamente da comparação com a capa de revista. Contudo, mesmo nas capas com imagens e temas múltiplos, existe quase sempre um tema e uma imagem principais claramente identificáveis como os elementos que «fazem» ou «são»

a capa. Por isso mesmo, se eliminarmos textos e imagens secundários, continuamos perante uma unidade imagético-textual passível de ser comparada com o anúncio de revista.

De acordo com Henri Joannis, a criação de um anúncio de revista deve reger-se pela fórmula COSYMA: Comunicação Sintética – imagem/palavra – de uma Motivação de Compra. O objectivo é tentar construir «telegramas visuais», imagens que, através de um único olhar, comuniquem a mensagem. O texto escreve-se depois da imagem estar escolhida e tem como função concretizar, verbalizar o que a imagem representa, ou seja, definir-lhe um sentido (Joannis, 1990: 27). Resumindo, no anúncio publicitário, imagem, título, textos, slogan final e nome da marca devem interligar-se de forma coerente, simples e compreensível.

É interessante compararmos estas regras com as que Morrish indica para a criação da capa de revista. Para o autor britânico, «no seu melhor, a capa é uma amálgama perfeita de imagem e texto». E acrescenta que «a maioria das revistas concentra-se numa imagem acompanhada por algo semelhante a uma legenda, para indicar uma postura em relação ao material: uma imagem por si mesma (...) raramente expressa alguma coisa» (1996: 171). Segundo Morrish, a imagem de capa de uma revista, «(...) tem de produzir um apelo directo e os títulos que a acompanham estão lá para a apoiarem» (1996: 143). Clarifica, ainda, que a imagem e o título principal devem formar um único «conceito» – expressão que remete imediatamente para o mundo da publicidade.

Em relação aos textos dos anúncios publicitários de revistas, Joannis afirma que estes devem conter «factos e não generalidades», acrescentando que «estão proibidos os adjectivos». Cada frase deve conter apenas uma ideia e cada linha deve corresponder a uma frase. Pode existir ainda no anúncio mais texto, o necessário para «explicitar a promessa do conjunto imagem/título (...)» (1990: 28). Na capa de revista, explica Morrish, os títulos têm de ser «curtos, vivos, coloquiais e absolutamente directos». Trocadilhos e jogos de palavras são de evitar, uma vez que «os leitores precisam de olhar apenas uma vez para o título para compreender o seu significado.» (1996: 174).

Voltando à publicidade, Joannis considera que o anúncio de revista com qualidade é simples, forte e significa ao primeiro olhar o produto, a motivação de compra e a marca, servindo o texto que o acompanha para informar melhor quem ficar interessado pela dupla inicial (1990: 29). Transpondo esta definição para o rosto da publicação, uma boa capa é simples, forte e significa imediatamente a motivação de compra (através do conceito criado pela imagem/título que dá vida ao assunto apresentado), estando o produto e a marca sempre presentes, através do logótipo que se mantém constante, número após número. Em relação a esta última questão, refira-se que para Johnson e Prijatel, «o título da revista é semelhante ao logótipo ou imagem de marca de uma empresa; representa um produto que possui reconhecimento e valor, tal como uma marca num mercado» (1999: 241).

A contiguidade entre anúncio e capa de revista parece, assim, demonstrada. Linda McLoughlin defende mesmo que «a capa actua como um anúncio publicitário da revista, uma vez que é o primeiro texto que o leitor vê» (2000: 24). Resta procurar nas quatro capas da *Visão* as pistas dessa relação que, apesar de próxima, passa despercebida à maioria dos leitores – muito embora já quase todos se tenham confrontado com uma ou várias campanhas publicitárias da sua revista preferida em que o principal elemento (muitas vezes o único), é a reprodução concreta de uma ou mais capas da mesma.

## As razões de uma escolha

Analisa-se a *Visão* por esta ser a maior e mais antiga *newsmagazine* portuguesa. Em 2002, de acordo com dados do Instituto da Comunicação Social, as tiragens da publicação ultrapassaram os 110 mil exemplares. Lançada em 1993, com o apoio do grupo editorial suíço Edipress e tendo com fontes principais de inspiração a *Time*, a *Newsweek* e a popular *newsmagazine* brasileira *Veja*, Carlos Cáceres Monteiro, director desde o primeiro número, explica que capa da *Visão* é pensada em função de três objectivos: reforçar a marca da revista, pois a capa tem de estar de acordo com o espírito da publicação; vender a revista; e informar ou divertir o leitor, pois a capa pode ilustrar um tema tanto sério como mais leve<sup>2</sup>.

Em Março de 2001, a *Visão* iniciou uma alteração gradual do seu design, sob a coordenação de Eduardo Barreto, o responsável gráfico da publicação. Manteve-se o projecto base de André Stumps, mas corrigiram-se alguns pormenores, visando simplificar o design demasiado rebuscado e reduzir a profusão de cores utilizadas. No que toca à capa, esta passou a conter menos elementos gráficos e menos informação, reduzindo-se as chamadas de primeira página. Esta aparente vontade de se aproximar da capa ideal – com uma imagem e um tema – parece ter sido posta rapidamente de lado. Menos de três anos mais tarde, no período analisado, (Janeiro de 2004) o número de chamadas de primeira página, excluindo-se o assunto principal, variou entre quatro e cinco, valores comuns antes da remodelação de 2001. E isto sem esquecer um pequeno espaço reservado a informação sobre uma campanha promocional de filmes em DVD.

A *Visão*, mantém-se, pois, uma *newsmagazine* que aposta nas capas «uma imagem, vários temas» e também nas capas «várias imagens/vários temas» – opção efectivada em três das quatro capas analisadas. Iremos, por isso, debruçarmo-nos sobre o dispositivo imagético-textual principal das quatro capas em análise, de forma a poder compará-lo com o anúncio publicitário de revista.

Ao falar sobre o processo de realização de um anúncio de revista, Joannis refere que na ilustração, opta-se por um desenho «(...) quando pretendemos surpreender com um tratamento original, quando estamos num ambiente de moda, quando o produto ainda não existe (...), quando o tema da fotografia é muito difícil (...), quando nos dirigimos a um público jovem.» Em contrapartida, aposta-se na fotografia «(...) quando queremos ser realistas, calorosos, saborosos, vivos, humanos, próximos do público, o que, convenhamos, acontece em nove anúncios entre dez» (1990: 129).

No período em análise, a *Visão* usou sempre fotografias como imagem de capa. Nas primeira semana optou por uma produção assinada pelo editor de Fotografia, Luís Vasconcelos, solução que manteve na segunda semana, sob a batuta do editor adjunto, Gonçalo Rosa da Silva. Na penúltima semana de análise, a fotografia de capa foi assinada por Bruno Rascão, colaborador da *Visão*. Na última semana de Janeiro, o autor da imagem de capa é Paulo Santos, da ASF – Agência de Serviços Fotográficos (empresa que pertence ao jornal *A Bola*), o que significa que apenas esta não é da responsabilidade da equipa da *Visão*. Pode concluir-se que a *newsmagazine* portuguesa valoriza – tal como o anúncio de revista –, a fotografia em detrimento de desenho, infografia ou outras formas de representação. Para além disso, a importância da imagem verifica-se pela assinatura desta na própria capa, sempre no mesmo local (na vertical, acompanhando o lado esquerdo do logótipo), e da mesma forma («Foto de» seguido do nome do autor)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Informação recolhida durante uma entrevista realizada em 2001.

<sup>3</sup> Registe-se que na capa de 15 de Janeiro o nome do fotógrafo tem uma gralha, surgindo Goçalo em vez de Gonçalo.

Joannis, como vimos, defende a utilização da fotografia no anúncio de revista quando se deseja produzir junto do presumível consumidor um efeito realista, caloroso, saboroso, vivo, humano e próximo do público. Uma vez que todas as capas da *Visão* em análise optaram pela utilização de fotografia, é interessante perceber, em primeiro lugar, para que assuntos remetem quando associadas ao título e demais elementos verbais que apareçam na capa, uma vez que, como defende Roland Barthes, o texto que acompanha a fotografia de imprensa «(...) constitui uma mensagem parasita, destinada a conotar a imagem, isto é, a “insuflar-lhe” um ou vários significados segundos» (Barthes, 1982: 18/19). Em seguida, importa saber que valores-notícia se encontram subjacentes a cada assunto em questão, de forma a perceber se os efeitos que a *Visão* pretende criar no leitor são ou não semelhantes aos do publicitário que recorre à fotografia para criar o anúncio de revista.

## As capas da *Visão* em Janeiro

Na *Visão* de 8 de Janeiro temos na capa um grande plano de uma jovem mulher sorridente, de olhos castanhos e cabelos médios e lisos, no mesmo tom. A maquilhagem visível, sem ser exagerada, e a parte superior do vestuário vermelho e branco contribuem para o ar bem-disposto e feliz da retratada. O título surge na parte inferior da imagem, a duas linhas de caracteres brancos – A Arte do/ Optimismo<sup>4</sup>. A dimensão muito superior dos caracteres da segunda linha, correspondente apenas à palavra «optimismo» (2,6 centímetros contra 1,4), permitem a leitura desta como título inicial, que mereceria, nesse caso a classificação de categorial<sup>5</sup>. Lido na sua totalidade, contudo, «A Arte do Optimismo» tem de ser classificado como expressivo formal, uma vez que o optimismo é um sistema de crença ou uma tendência natural para ver o lado positivo das coisas, não uma arte.

As duas frases alinhadas à esquerda e divididas em 11 linhas de caracteres também brancos servem para fixar o tema de capa e os valores-notícia a ele associados: Uma sondagem/ Gallup/VISÃO/ revela que os/ portugueses são/ o quinto povo/ mais pessimista/ do mundo. Mas/ saber encarar a vida/ a sorrir tem benefícios/ enormes na nossa saúde,/ carreira e bem-estar. Verifica-se, pois, que «comportamento» é a temática escolhida para vender a capa da primeira *Visão* analisada, surgindo associada a saúde, carreira e bem-estar. Como valores-notícia, identificam-se interesse, proximidade e novidade. Neste número vende-se aos portugueses alvo da revista informação sobre eles próprios – já que os lusitanos são os protagonistas do assunto que faz a capa –, ao mesmo tempo que se reforça a imagem de marca da *Visão* duas vezes – através do logótipo, como habitualmente, e através da assinatura da sondagem em parceria com a Gallup, o que permite que o título da revista surja segunda vez na capa.

<sup>4</sup> Utilizar-se-á sempre o travessão inclinado (/) para assinalar nos títulos (e demais frase presentes na capa), os locais em que o texto se quebra para dar origem a duas ou mais linhas.

<sup>5</sup> São várias as classificações de títulos, optamos por aquela que é normalmente adoptada por Mário Mesquita, por a considerarmos completa e funcional. Sinteticamente, esta divide os títulos em: Categoriais (indicam uma categoria ou tema sem sintetizar o conteúdo do artigo); Informativos (a função referencial da linguagem é predominante, subdividem-se em Indicativos – indicam factos ou dados –, e Explicativos – referem causas ou consequências do acontecimento); Declarativos (baseados numa declaração) e Expressivos (a sua construção parte do princípio que o leitor conhece previamente o assunto que o artigo vai tratar. Assumem importância decisiva as funções poética, fática, conotativa e, por vezes, expressiva. Subdividem-se em Apelativos – procuram dramatizar os acontecimentos –, Formais ou Lúdicos – centrados sobre a forma da mensagem, privilegiam o trabalho sobre os significantes e podem recorrer a figuras da retórica –, e Interrogativos – construídos sobre a forma de pergunta).

Uma semana mais tarde, o sorriso calmo do rapaz obeso rodeado de batatas fritas, hambúrgueres, sanduíches e refrigerantes, fruto da produção fotográfica do editor adjunto da *Visão* contrasta com o tom alarmista do título situado no canto superior esquerdo, a quatro linhas de maiúsculas brancas, logo abaixo do logótipo: Cuidado/ As nossas/ crianças estão/ Gordas. Mais uma vez reina a desproporção entre as dimensões das linhas do título – a primeira e a última («Cuidado» e Gordas») têm 2,2 centímetros, enquanto as duas linhas intermédias têm exactamente metade (1,1 centímetros), o que permite dois níveis de leitura. Apesar de não estarem graficamente presentes, subentendem-se neste título dois pontos de exclamação, precisamente no fim da primeira e da última linha em que este se subdivide. O apelo dramático é reforçado pela alternância de dimensão dos caracteres, o que permite classificar este título como expressivo apelativo. Esta interpelação do leitor, reforçada pela tentativa de criar empatia através da utilização do pronome possessivo «nossas» permite identificar a presença de uma apóstrofe.

Nas duas frases em azul escuro que surgem logo abaixo do título, alinhadas, tal com este, à esquerda, encontramos uma hipérbole mal disfarçada: A obesidade infantil está/ a tornar-se uma epidemia/ nacional. Os perigos de/ deixarmos os nossos/ filhos comerem/ o que querem/ e passarem horas/ em frente à televisão. No interior da revista, constata-se que a percentagem de crianças e adolescentes obesas ascende a 31 por cento, nunca se ficando a saber de que forma se reparte este número. De assinalar também, a carga dramática que palavras como «epidemia» e «perigos» encerram e como o pronome possessivo volta a estar presente, desta vez associado a um substantivo com um valor emotivo ainda mais forte – «nossos filhos». O tema de capa da segunda semana de análise é, sem margem para equívocos, «saúde». Apesar da carga dramática associada ao texto escolhido, os valores-notícia que marcam presença nesta capa são a proximidade, a actualidade e o interesse.

Uma fotografia de reportagem faz a capa da semana que se inicia a 22 de Janeiro. Percebe-se que o colaborador da *Visão*, Bruno Rascão, foi ao local, mas opta-se por uma imagem estática dos protagonistas, em pose, sorridentes, fitando os leitores. Em primeiro plano e de corpo inteiro, ar descontraído na sua indumentária desportiva e mão direita no bolso, enquanto a outra ampara a prancha de surf segura debaixo do braço esquerdo, surge aquele que a legenda a negro, a duas linhas, identifica no canto inferior direito como João Braga de Macedo, dono de uma escola de surf. Inseridos ao longo de uma coluna no lado esquerdo da revista, sobre a margem escurecida da fotografia de capa, mais cinco rostos – todos sorridentes, à excepção do último –, espreitam o leitor, cada um deles legendado com o respectivo nome, a saber, de cima para baixo, Diogo Vasconcelos, Catarina Vilarinho, José Miguel Cadilhe, Henrique Balsemão e Gil do Carmo.

O título expressivo formal – Herdeiros/ Sem Gravata – em maiúsculas brancas, a duas linhas, alinhadas à esquerda, localizado no início da metade inferior da capa, vem uniformizar todos os retratados. Se o tema de capa pode já ser definido como sendo «pessoas» ou «figuras», o trocadilho que transforma a conhecida expressão «herdeiro sem trono» em «herdeiros sem gravata» só se clarifica com o recurso à frase que surge logo abaixo do título – Os negócios inesperados dos filhos de alguns notáveis do País. Apesar do tema «pessoas» remeter para a secção Sociedade, o facto de se explorar a vertente de negócios empurra esta capa para a Economia. Os valores-notícia em que a *Visão* aposta são a notoriedade (dos pais dos protagonistas), insólito (pelas vertentes de negócios apresentadas) e, novamente, a proximidade.

Na última semana em análise, Miklos Fehér – jogador internacional húngaro do Benfica, falecido de ataque cardíaco no dia 24 de Janeiro, durante um jogo contra o Guimarães – faz a capa da *Visão*.

O grande plano do rosto sorridente do jogador, apoiado na mão direita e olhando para o lado direito da capa é assinado por Paulo Santos, fotógrafo da ASF (Agência de Serviços Fotográficos). A imprevisibilidade da morte do futebolista aos 24 anos, justifica que se tenha recorrido a um produto fotográfico externo à *Visão*, de forma a conseguir uma imagem com qualidade que, presume-se, não existiria no arquivo da publicação.

Na metade superior direita da capa temos o título que se traduz numa única palavra em maiúsculas brancas – choque –, com efeitos dramáticos inerentes e imediatos, o que justifica a classificação como expressivo apelativo. Por cima do título surge também em maiúsculas brancas, mas de menor dimensão, o nome do jogador, o ano em que nasceu e aquele em que morreu. Por baixo do título, em coluna, ao longo da metade direita da capa, inserem-se três frases, divididas em nove linhas alinhadas à esquerda: Os últimos dois/ dias do jogador/ do Benfica./ As conversas/ com os amigos,/ os telefonemas,/ os planos./ O que a televisão/ não mostrou. Neste último bloco textual, a *Visão* vende a sua capa da única forma possível, seduzindo o leitor com uma abordagem diferente do facto já noticiado por todos os *media*, procurando diferenciar-se, em particular, da televisão, o *medium* responsável pela dimensão conferida a este acontecimento.

Como pano de fundo, a *newsmagazine* escolheu um verde forte, que remete para os relvados onde Miklos Fehér conheceu a glória e a morte. O resultado, em termos de dispositivo é, contudo, inconsistente. O sorriso e a calma no rosto jovem de Fehér, o título em maiúsculas brancas e o fundo verde lutam entre si em vez de convergirem para um sentido, uma leitura que os unifique. Um resultado pouco conseguido para um tema classificável como «drama» que, a este valor-notícia imanente reúne outros como notoriedade, actualidade e, mais uma vez, proximidade.

## O triunfo da proximidade

Numa leitura global do mês em análise, surgem algumas constantes. No que toca a aspectos gráficos, verificou-se que todos os títulos recorreram somente a um tipo de fonte e utilizaram sempre maiúsculas de cor branca, independentemente de ocuparem uma ou mais linhas e de estas últimas terem dimensões iguais ou diferentes. O branco foi também utilizado em 75 por cento das frases associadas à dupla título/imagem. O texto surge sempre alinhado à esquerda, mesmo no caso da última capa analisada, em que o bloco tipográfico se localiza na metade direita. O estudo da cor de fundo das capas revelou-se inconclusivo, uma vez que as tonalidades variaram bastante, sem nenhuma lógica aparente.

Em contrapartida, constatou-se que a *Visão* recorreu sempre a fotografias para construir as suas capas. Não escolheu, contudo, imagens de paisagens ou objectos, optando, semana após semana, pela personificação, pelo ser humano concreto ou resultante da produção necessária para ilustrar um determinado assunto. No que toca aos protagonistas, três rostos são masculinos (dois jovens adultos e uma criança) e um é feminino (uma jovem mulher). Em relação aos planos utilizados, existe um equilíbrio entre os extremos, uma vez que se registam dois grandes planos e dois planos gerais, o que significa que, em Janeiro, a *Visão* oscilou entre uma abordagem mais íntima e um distanciamento maior em relação aos protagonistas, mostrando destes apenas o rosto em pormenor ou todo o corpo em geral. No caso dos grandes planos, o logotipo da *Visão* sobrepôs-se à parte superior do rosto do visado, enquanto nos planos gerais, a *newsmagazine* autorizou que uma parte diminuta da cabeça dos protagonistas tapasse o canto inferior direito da sua imagem de marca.

Todos os retratados posaram sorridentes para a óptica do fotógrafo que assinou a imagem de capa, o que pode evidenciar uma tentativa de criar empatia com o leitor, especialmente nas três primeiras semanas de análise, em que todos os protagonistas o fitam directamente nos olhos. A excepção vai para Miklos Fehér que, apesar de sorridente, olha para o lado direito da capa – mas à data da publicação da revista, o jogador tinha morrido há cinco dias de forma dramática; talvez olhá-lo nos olhos não fosse o mais desejável para a maioria dos portugueses. A unanimidade de expressões faciais sorridentes contrasta com a análise global dos temas, que alternam entre os positivos (primeira e terceira semanas) e os negativos (segunda e quarta semanas).

Interessante, também, é verificar que apesar de os temas serem todos diferentes – comportamento, saúde, pessoas e drama – todos eles, à excepção do da terceira semana (economia) se enquadram na secção sociedade. A unanimidade volta a reinar quando se analisa o foco das temas de capa que é sempre nacional, coincidindo com o local geográfico palco da acção – Portugal. Isto apesar dos protagonistas irem, curiosamente, sofrendo uma especificação gradativa ascendente, que os faz começar no universo da nação e terminar no indivíduo: os portugueses; as crianças portuguesas; os filhos de notáveis portugueses; Miklos Fehér, jogador de futebol internacional húngaro a jogar no Benfica na altura em que morreu.

Ao longo do período de análise detectou-se a utilização de figuras de estilo (apóstrofe e hipérbole), mas sem consequências para a percepção clara da mensagem a transmitir. O mesmo não se pode afirmar na terceira semana de análise, quando o jogo formal do enunciado principal acaba por obscurecer um sentido claro imediato. Trata-se de um caso em que, citando Mário Mesquita, «a espuma da criatividade publicitária não coincide com as exigências do rigor informativo» (2003: 261). É por este motivo que Mesquita alerta: «o título-anúncio, na área da informação, nem sempre cumpre o objectivo de resumir o conteúdo da notícia» (2003: 261). Ainda no que toca aos títulos – os elementos textuais mais importantes da capa, nunca é demais lembrar –, verificou-se que todos se classificavam na categoria «expressivos», o que significa que a *Visão* resolveu apostar em capas seguras e ir ao encontro de assuntos próximos dos leitores. Entre os quatro títulos, metade são expressivos formais e a outra metade classifica-se como expressivos apelativos, o que permite concluir que a *Visão* oscilou entre o piscar de olhos bem-disposto ao leitor e o dramatizar dos acontecimentos que captasse a sua atenção. Como afirma Mesquita, «os títulos formais e apelativos, plenos de conotações, correspondem ao objectivo estratégico de atrair o leitor, incitando-o a comprar o jornal [ou revista] e a lê-lo (...)» (2003: 261).

Por outro lado, identificaram-se sete valores-notícia diferentes associados aos temas de capa – actualidade, drama, insólito, interesse, notoriedade, novidade e proximidade. Os valores-notícia actualidade e notoriedade surgiram em duas das quatro capas de Janeiro. O maior destaque pertence, contudo, ao valor-notícia proximidade, identificável em todas as capas analisadas. A propósito deste facto, refira-se que em *Manual da Escrita Jornalística*, Jean-Luc Martin-Lagardette não menciona a noção de valor-notícia. No entanto, dedica a segunda metade do primeiro capítulo à Lei da Proximidade, que considera imprescindível como meio para atingir os leitores. Define-a como sendo «(...) o crivo através do qual o jornalista profissional passa maquinalmente todas as suas informações» (Martin-Lagardette, 1998: 19), clarificando quase em seguida que esta lei resulta de várias orientações: geográfica; afectiva; psicológica, temporal; socioprofissional ou sociocultural; político-ideológico-existencial; vida quotidiana.

A proximidade geográfica existe em todas as capas da *Visão* analisadas. Na primeira semana, esta interliga-se com proximidade dos tipos político-ideológico-existencial e vida quotidiana. Nesta

perspectiva, a capa mais rica surge na semana de 15 a 21, quando a proximidade geográfica se associa à afectiva (nossas crianças/nossos filhos), à temporal e, novamente, à político-ideológico-existencial e à relacionada com a vida quotidiana. Na penúltima semana analisada, a capa com o título «Herdeiros Sem Gravata» fica apenas pela proximidade geográfica dos protagonistas, conquistando o título de capa semanticamente mais pobre, muito embora seja aquela que recorra a mais elementos imagéticos. Em contrapartida, a capa da última semana é recheada por proximidade dos tipos geográfica, psicológica e temporal.

Conclui-se que a proximidade do público consumidor, tão cara ao anúncio de revista, coincide com a necessidade jornalística de aproximar os seus destaques de capa aos leitores. A sedução é o objectivo primordial dos dois campos de comunicação, visando ambas o mesmo fim, a venda. Seja do carro, da maquilhagem, do perfume, do relógio ou doutro produto qualquer, no caso do anúncio publicitário, ou seja, simplesmente, da própria revista, no caso da capa. Confirma-se, assim, a contiguidade e, mais do que isso, a mescla que por vezes reina entre estes dois territórios comunicacionais.

## Bibliografia

- Alves, Dinis Manuel (2003), *Foi Você que Pediu um Bom Título?*, Coimbra, Quarteto.
- Barthes, Roland (1982), *L'Obvie et l'obtus – Essais Critiques III*, Paris, Du Seuil.
- Correia, Fernando (1997), *Os Jornalistas e as Notícias*, Lisboa, Caminho.
- Emery, Michael e Emery, Edwin (1954) *The Press and America – An Interpretive History of the Mass Media*, New Jersey, Prentice-Hall (1988).
- Foges, Chris (Editor), *Design de Revistas*, Lisboa, Destarte.
- Joannis, Henri (1990), *O Processo de Criação Publicitária*, Mem Martins, CETOP.
- Johnson, Sammye e Prijatelj, Patricia (1999), *The Magazine from Cover to Cover – Inside a Dynamic Industry*, Chicago, NTC.
- Martin-Lagardette, Jean-Luc (1998), *Manual da Escrita Jornalística – Escrevo – Informo – Convenço*, Lisboa, Pergaminho.
- McLoughlin, Linda (2000), *The Language of Magazines*, London and New York, Routledge.
- Mesquita, Mário (2003), *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra, MinervaCoimbra.
- Morrish, John (1996), *Magazine Editing*, London and New York, Routledge.
- Wolf, Mauro (1987), *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Presença, (2003).

## Fonte das capas analisadas

- Visão* N.º 566, 8 a 14 de Janeiro de 2004 (Grupo Edimpresa);
- Visão* N.º 567, 15 a 21 de Janeiro de 2004 (Grupo Edimpresa);
- Visão* N.º 568, 22 a 28 de Janeiro de 2004 (Grupo Edimpresa);
- Visão* N.º 569, 29 de Janeiro a 4 de Fevereiro de 2004 (Grupo Edimpresa).



## **OS MEDIA TAMBÉM NOS DIZEM O QUE FAZER**

**[REFLEXÕES SOBRE A EDIÇÃO DE  
9 DE SETEMBRO DE 1999 DO JORNAL  
«DIÁRIO DE NOTÍCIAS»]**

Os ecos da violência que se abateu sobre o povo de Timor-Leste estavam no auge. As primeiras páginas dos jornais, as aberturas dos telejornais e dos noticiários da rádio, as conversas de café, os gestos de solidariedade, as agendas partidárias em fase de campanha eleitoral portuguesa reduziam-se a um único tema nesse Setembro de 1999: Timor. O dossier timorense operava uma rara convergência entre as agendas mediática, pública e política.

Os resultados do referendo em que o povo timorense rejeitou a integração na Indonésia e optou pela independência foram conhecidos a 3 de Setembro, mas a violência das milícias integracionistas derrotadas rapidamente abafou a alegria do nascimento de um novo país. A presença dos media deu ao drama uma visibilidade que de outro modo não conheceria. Fora mais brutal a repressão indonésia nos primeiros anos de ocupação, após 1975? Talvez. Mas com uma incomparavelmente menor divulgação. Motivo suficiente para concordar que se os acontecimentos «são condição de existência dos meios de comunicação social» (Nora, 1977: p. 245), esses mesmos acontecimentos «só existem na medida em que os meios de comunicação social os elaboram» (Verón, 1983: pp. I-II). Assim vistas, sem a elaboração dos media, as ocorrências de Timor não seriam acontecimento com possibilidade de entrar na agenda pública.

O noticiário sobre o «caso Timor» levou, logo então, Mário Mesquita a identificar nele a condição de duplo acontecimento mediático: o «evento noticioso», constituído pelo referendo

**João Manuel Rocha**

Universidade Autónoma de Lisboa / Jornalista

e pela brutalidade que se seguiu; e o «evento cerimonial» na sua dimensão restauradora, manifestada no apoio à causa de Timor na pessoa do bispo Ximenes Belo, em visita a Portugal, com direito a transmissões em directo na TV, «obedecendo aos requisitos “semânticos” (a construção de um consenso), “sintácticos” (interrupção da programação habitual da televisão) e “pragmáticos” (a criação de um quase dever de assistir)» postulados por Katz e Dayan.<sup>1</sup>

Ao interesse noticioso suscitado pela onda de violência no território que se seguiu ao referendo; sucedeu-se uma manifestação de solidariedade consubstanciada no bispo, representante do povo perseguido, ele próprio vítima de perseguições. «Quando os acontecimentos mediáticos são vistos como resposta a acontecimentos anteriores ou a crises sociais, a ligação à opinião pública é evidente. Alguns acontecimentos mediáticos têm portanto uma função comemorativa, lembrando-nos — como nos aniversários — o que merece ser recordado. Outros têm uma função restauradora na sequência de traumas sociais.» (Dayan-Katz, 1999: p. 33). A informação é pois muito mais do que o simples relato de acontecimentos disruptivos.

O carácter construído da informação tem sido sublinhado por múltiplas investigações que chamam a atenção para as distintas dimensões do processo de «gatekeeping» jornalístico, que não se esgotam no «Mr. Gates» (White, 1999: pp. 142 e ss.), mas se revelam em facetas que, sem ser exaustivo, vão dos constrangimentos organizacionais ao papel das fontes, entendidas como expressões de diferentes poderes delegados.

Há casos, porém, em que essa construção chega ao ponto de os media se assumirem como promotores de atitudes ou comportamentos, logo de acontecimentos, e não apenas seus divulgadores no sentido mais restrito. Foi o que aconteceu com a edição 9 de Setembro de 1999 do «Diário de Notícias» («DN»): uma primeira página em branco e o apelo a que os cidadãos se vestissem da mesma cor. Uma tal proposta permite uma reflexão sobre o papel dos media, obriga a repensar conceitos do estudo do jornalismo e entronca numa reflexão mais geral sobre os media e os jornalistas como actores políticos.

As notícias dos resultados do referendo sobre o futuro de Timor-Leste foram publicadas na imprensa a 4 de Setembro. Nos dias seguintes multiplicaram-se relatos de violência crescente. No dia 8, uma notícia na última página do jornal anunciava, em título, o «Branco por Timor Lorosae». Um antetítulo — «Gesto» — explicava a forma como o jornal apresentava a iniciativa e o pós-título informava: «DN, JN e TSF lançam amanhã uma iniciativa de solidariedade»<sup>2</sup>.

A iniciativa «Branco por Timor Lorosae» não foi um acto isolado do «Diário de Notícias». A concentração empresarial facilitou o lançamento da iniciativa, divulgada em simultâneo por três importantes órgãos de informação — o «Diário de Notícias», o «Jornal de Notícias» e a estação de rádio TSF, todos eles pertença do grupo Lusomundo. A iniciativa foi também divulgada por outros meios, caso do canal líder de televisão, a SIC. Uma análise aprofundada dos efeitos da iniciativa exigiria a consideração do desempenho dos outros media, mas o caso concreto do jornal em análise permite perceber a capacidade dos media se assumirem como promotores de acontecimentos.

<sup>1</sup> In «Um assasínio por semana», in *Público*, <http://www.mensagens.pt>, 12/09/99, p. 18.

<sup>2</sup> No texto, era explicado o que se pretendia e reafirmado quem eram os promotores do acontecimento: «A estação e os dois diários apelam a todos os portugueses solidários com a causa timorense para que vistam uma peça de roupa de cor branca, estendam uma colcha ou lençol branco à janela ou levem o branco até aos seus veículos ou aos seus locais de trabalho./A ideia é estender o branco — cor de luto e de paz — numa mobilização solidária para com a situação dramática que se vive em Timor Lorosae.»

A localização no «DN» da notícia que anunciava a iniciativa é já de si significativa. «As páginas externas do jornal são as páginas sensíveis; elas constituem, de alguma forma, uma membrana do jornal que é o seu interface com o mundo exterior», assinala Maurice Mouillaud (1989: p. 116). A 9 de Setembro, o «Diário de Notícias» surge dominado pelo branco. A notícia do dia era o branco do luto e da paz, conforme intenção manifestada na véspera pelo jornal. Um branco disponível, onde, no limite, cada um poderia escrever o seu próprio título, a sua própria manchete.

A primeira página dessa edição apresenta-se nas bancas dominada pelo branco. Só um friso, por baixo do logótipo, a toda a largura do jornal, de três pequenas chamadas a remeter para o interior — prática comum no modelo gráfico do «Diário de Notícias» — e um anúncio em rodapé quebram o branco total. O espaço branco é enquadrado por uma pequena indicação no canto superior esquerdo — «Em branco por Timor Lorosae» — e uma citação do bispo Basílio do Nascimento no centro da página — «Morremos todos». O branco remete ainda na mesma primeira página para conteúdos textuais e icónicos que o justificam ou desenvolvem em texto e imagens sobre a actualidade timorense nas páginas 2 a 10, 17, 54 e 56

Os espaços da coluna do articulista Luís Delgado, na página 2, do editorial, na página 3, e da rubrica Plano de Corte, na página 54, surgem, tal como a primeira página, em branco. Assume particular relevo nas opções de branco no interior da edição a do editorial, se considerarmos que acentua o posicionamento do jornal, uma vez que o editorial «representa, tradicionalmente, o ponto de vista desse órgão de informação sobre um importante tema da actualidade» (Cascais, 2001: p. 76).

Na última página é explicado aos leitores que se está, nesta edição, em presença de um dos contributos do jornal à campanha de solidariedade «Branco por Timor», promovida pelos três meios de comunicação e à qual todos os portugueses estão convidados a aderir. Além de renovar o convite feito na véspera, o jornal anuncia que coloca faixas em branco a toda a largura do edifício-sede, em Lisboa.

Como o próprio «DN» do dia seguinte informa, a sessão de apresentação de candidatos do PS por Lisboa seria dominada pelo branco, tendo-se transformado em manifestação de apoio ao povo de Timor. No rescaldo da iniciativa, na edição de dia 10 (p. 7), o jornal noticiou que «nos carros, nas janelas, nas varandas, o branco marcou presença por todo o país».<sup>3</sup>

A solução de primeira página adoptada suscita algumas interrogações. O branco não é um branco integral. A informação «Em branco por Timor-leste» não dá informação sobre factos, evoca factos que se presumem conhecidos, como acontece quando os jornais recorrem aos chamados títulos expressivos (Ladeveze, 1991). Não há necessidade de explicitar o que acontece em Timor, pressupõe-se o conhecimento prévio por parte dos leitores da situação evocada.

A citação do bispo de Baucau — «Morremos todos» —, deve, contudo, ser vista como pretendendo fixar o sentido da primeira página, conforme hipótese avançada, a propósito da imagem fotográfica, por Barthes (1964): o texto fixaria o sentido. Algo de aparentemente contraditório com o carácter branco, e portanto disponível para ser preenchido, do espaço oferecido, aberto a todos os discursos e investimentos.

<sup>3</sup> Outros media lançaram iniciativas similares, caso da Antena 3, que desencadeou a acção «Um mail por Timor», convidando ao envio de mensagens ao presidente dos Estados Unidos, Bill Clinton, ao presidente da Indonésia, Habibie. Ou da instalação pela TSF e a SIC de um «videowall» frente à embaixada dos Estados Unidos para nele serem mostradas imagens de sofrimento do povo timorense.

Com essa citação, «o discurso do narrador [aqui o jornal] assimila-se», como destacaram Ducrot-Todorov (1982, p. 383), «às falas das personagens que apresenta». Ao recorrer a uma frase que pretende emblemática, o jornal apaga-se face ao discurso do bispo ou apropria-se dele? Uma e outra coisa. Por um lado, «dando ênfase ao enunciado que cita, [o jornal] tende a reconstituir uma situação primária» (Mouillaud-Tétu, 1989: p. 136), conserva a natureza do discurso do bispo. O real seria o que Basílio Nascimento declara e o jornal, citando, assume. Por outro lado, o jornal fundamenta, ou justifica, assim a sua opção, o seu posicionamento sobre a violência que se abateu sobre os timorenses. Tributário das vozes que reproduz, o jornal reclama um poder de asserção sobre o real (ibidem. p. 134).

A realidade, escreveu José Rebelo, recria-se no discurso do próprio jornal, «mas ao recriar-se estabelece com o jornal uma relação parasitária de duplo sentido: alimenta-se dele e alimenta-o a ele. Dupla bulimia que só é quebrada quando, subitamente, o acontecimento deixa de o ser» (Rebelo: 1994, p. 85)

Os indícios referidos permitem ajudar a perceber o posicionamento do jornal face à questão timorense. Mas como classificar a iniciativa? E como caracterizar o papel do jornal na sua criação?

Ao contrário do acontecimento puramente noticioso da violência em Timor, que supostamente existiria independentemente da presença de jornalistas, a iniciativa «Em branco por Timor Losae» foi planeada, divulgada antecipadamente, a sua existência é indissociável do campo dos media e acaba por revestir-se de uma dimensão auto-promocional, o que parece aproximá-la daquilo a que Daniel Boorstin (1982) chamou pseudo-acontecimentos.

Muitos dos acontecimentos que alimentaram o fluxo noticioso sobre Timor-Leste nas semanas que se seguiram ao referendo e à violência podem sem hesitação ser compreendidos à luz desse conceito. É o caso de comunicados, conferências de imprensa, entrevistas. Mesmo iniciativas como as que levaram milhares de pessoas a aderirem a acções de solidariedade, caso do cordão humano que atravessou Lisboa, encerraram em si uma preocupação de mediatizar um problema. Mas o «branco por Timor», ainda que cumprindo formalmente alguns dos requisitos do pseudo-acontecimento apresenta particularidades e não deve ser reduzido a essa dimensão.

A iniciativa «branco por Timor» decorre de um trabalho de agendamento dos próprios órgãos de informação. E a condição do jornal como «promotor» desse acontecimento relativiza – se não contraria mesmo – a divisão de papéis dos intervenientes na construção do acontecimento preconizada por Molotch-Lester (1999) quando distinguiram entre «news promoters» – que municiariam os jornalistas com informações e materiais –, «news assemblers» – os próprios jornalistas – e «news consumers» – os consumidores da informação.

Ora os órgãos de informação, no caso o «DN», tiveram, usando o léxico de Molotch-Lester, não apenas o papel de «news assemblers», que trabalham a partir de materiais fornecidos pelos «news promoters», mas assumiram também o papel destes, tornando uma ocorrência especial e observável pelos destinatários das notícias, os «news consumers».O trabalho de construção jornalístico assumiu neste caso um papel promotor de ocorrências, o que acelerou a ascensão da iniciativa à condição de acontecimento público.

Mais rica para a análise que aqui se pretende, será a proposta de Kepplinger e Habermeier<sup>4</sup> quando, num esforço para caracterizar o grau de intervenção dos media na respectiva construção,

<sup>4</sup> Apud, Mário Mesquita, *O quarto Equívoco*, Coimbra, Minerva Coimbra, 2002, p. 33.

distinguem entre acontecimentos ditos «genuínos» (independentes dos media), «mediados» (influenciados pelos «media») ou «encenados» (para os media). No caso da iniciativa do «DN», parece razoavelmente pacífico poder falar-se não apenas de uma influência dos media mas de um evidente protagonismo traduzido numa capacidade de construir acontecimentos que pode ser vista como expressão da sua condição de actores sociais e políticos. Mas também não parece apropriada a sua inclusão no tipo de acontecimentos apenas «encenados», arrumação que os aproximaria dos «pseudo-acontecimentos».

### Pelo alargamento do «agenda-setting»

Sem que tenha havido entre a generalidade do público português uma «experiência directa» do que nesse Setembro de 1999 se estava a viver no território, não pode ignorar-se uma predisposição pelo tema Timor, colocado na agenda, tematizado, a partir do massacre de Santa Cruz, em 1991. Considerando que a opinião pública não é uma opinião ou conjunto de opiniões mas a estrutura temática institucionalizada do processo de comunicação pública (Luhmann, 1992), faz sentido admitir a hipótese de que estava adquirido o conhecimento prévio do tema e que coube aos meios de comunicação social um papel de agendamento, ou «agenda-setting»: quer dizer de influência da «agenda jornalística» sobre a «agenda pública» e sobre a «agenda política».

O «agenda-setting», ou teoria do agendamento, é um conceito surgido no âmbito do estudo dos media que procura perceber os efeitos produzidos pela comunicação mediática nos receptores, apurar até que ponto os media orientam as percepções do mundo. O pressuposto fundamental da hipótese do «agenda-setting» é de que os media fornecem a compreensão que as pessoas têm da realidade social. As pessoas teriam tendência a incluir ou excluir dos seus conhecimentos aquilo que os media incluem ou excluem dos seus reportórios.

O conceito, baptizado por McCombs e Shaw no início da década de 70, abre, de certa forma, caminho a um regresso ao estudo dos «efeitos» dos media e incorpora contributos anteriores de Bernard Cohen e, em grande parte, de Walter Lippmann que, nos anos 20 do século passado, com o seu clássico «Opinião Pública», chamou a atenção para o seu traço fundamental — a relação entre a «agenda mediática» e a «agenda pública». (Traquina, 2000 p. 15-16).

Para Shaw, «em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos»<sup>5</sup>. A sua tese é de que os media «fornecem algo mais do que um certo número de notícias, fornecem igualmente as categorias em que os destinatários podem, sem dificuldade e de uma forma significativa, colocar essas notícias».<sup>6</sup>

Numa actualização conceptual, em 1992, McCombs sublinha que «os atributos enfatizados pelo campo jornalístico podem influenciar directamente a direcção da opinião pública»<sup>7</sup>. McClure e Peterson dirão, tendo em conta o seu estudo sobre as eleições presidenciais norte-americanas de

<sup>5</sup> Apud, Mauro Wolf, *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Editorial Presença, 1992, p. 128.

<sup>6</sup> Cf. Mauro Wolf, *op. cit.*, p. 103.

<sup>7</sup> Apud, Nelson Traquina, «O paradigma da agenda-setting, A redescoberta do poder do jornalismo», in *Revista de Comunicação e Linguagem*, nº 21-22, 1995, p. 210.

1976, que “o agenda-setting” é, verosimilmente, um efeito indirecto condicionado pelas anteriores disposições dos eleitores que são os destinatários das mensagens»<sup>8</sup>.

Um quarto de século após a formulação do «agenda-setting», McCombs e Shaw destacaram a riqueza do conceito como elemento de compreensão do papel dos media: «A síntese clássica de agendamento apresentada por Bernard Cohen (1963) — os media poderão não nos dizer o que pensar, mas são altamente eficazes em dizer-nos sobre o que pensar —foi virada do avesso. Investigações novas que exploraram as consequências do agendamento e do enquadramento feito pelos media sugerem que os media não só nos dizem sobre o que é que devemos pensar, como também nos dizem como pensar sobre isso: portanto, consequentemente, o que pensar» (McCombs e Shaw, 2000: p. 135).

Estaria, é essa a hipótese aqui levantada a partir do caso concreto da iniciativa «branco por Timor», criado o terreno para dizerem também como proceder. Recorrendo à formula de Cohen, no caso concreto da iniciativa «Branco por Timor» os media terão dito às pessoas não apenas «sobre o que pensar» nem «como pensar», elementos já consolidados no caso de Timor, mas «como agir». Esse papel pró-activo foi certamente facilitado pelo facto de o tema Timor se inscrever na esfera do consenso — uma das esferas consideradas por Daniel Hallin, a par das esferas da controvérsia legítima e do desvio.

«A esfera do consenso tem a ver, como o próprio nome indica, com todos os aspectos da vida social que não sofrem contestação, como a ideia de democracia, de liberdade, de bem-estar, tudo o que os jornalistas consideram ser matéria onde se podem tornar advogados e onde não é necessário confrontar pontos de vista diferentes. Nesta esfera, por exemplo, os jornalistas não têm problemas em promoverem o bem-estar»<sup>9</sup>.

Mesmo admitindo que actuou escudado numa qualquer «esfera de consenso», o «DN» assumiu-se, em todo o caso, como actor do espaço público, logo político. Ainda que mais evidente em opções como o «branco por Timor», a intervenção dos media no terreno público é um traço da identidade dos órgãos de comunicação noticiosos. As escolhas que fazem, os alinhamentos, a forma como apresentam as notícias, dizem-nos as novidades mas dizem também a forma como vêem o mundo, a forma como se organizam para dizer o mundo e, por vezes, até, a forma como nele intervêm. Sem que necessariamente tenham que expressar o seu apoio a um dado candidato ou força política, como tradicionalmente acontece em momentos eleitorais na cultura jornalística anglo-saxónica.

## Bibliografia

- Barthes, Roland, (1964), «Rethorique de limage», in *Communications*, nº 4, Seuil, Paris.
- Boorstin, Daniel J., (1982), «Da reportagem ao fabrico da actualidade», in Rodrigues, Adriano Duarte *et al* (org.), *Comunicação Social e Jornalismo*, 1º volume, «O fabrico da actualidade», A regra do Jogo, Lisboa.
- Cascais, Fernando, (2001), *Dicionário de Jornalismo*, Ed. Verbo, Lisboa.
- Dayan, Daniel; Katz, Elihu, (1999), *A História em directo, os acontecimentos mediáticos na televisão*, Colecção Comunicação, ed. Minerva, Coimbra.
- Ducrot, Oswald, Todorov, Tzvetan, (1982), *Dicionário das Ciências da Linguagem*, Publicações Dom Quixote, Lisboa.

<sup>8</sup> Cf. Mauro Wolf, *op cit.* pp. 134-135.

<sup>9</sup> Apud, José Rodrigues dos Santos, *A verdade da guerra*, Lisboa, Ed. Gradiva, 2002, p. 118.

- Ladevéze, Luis Nuñez, (1991), *Manual para periodismo, Veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*. Ariel Comunicacón, Barcelona.
- Luhmann, Niklas, (1992), *A improbabilidade da comunicação*, Ed. Vega, Lisboa.
- Nora, Pierre, (1977), «O regresso do acontecimento», in *Fazer História 1*, Bertrand, Lisboa
- McCombs, Maxwell E. e Shaw, Donald L., (2000), «A evolução da pesquisa sobre o agendamento: vinte e cinco anos no mercado das ideias», in *O poder do jornalismo*. Minerva, Coimbra.
- Mesquita Mário e Rebelo, José (orgs.), (1994), *O 25 de Abril nos media internacionais*, Col. Textos/25, Edições Afrontamento, Porto.
- Molotch, Harvey e Lester, Marilyn, (1993), «As notícias como procedimento institucional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina», in Traquina, Nelson (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»*, Col. Comunicação e Linguagens, Veja, Lisboa.
- Mouillaud, Maurice e Tétu, Jean-François, (1989), *Le journal quotidien*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon.
- Traquina, Nelson, (1995), «O paradigma do «agenda-setting»: a redescoberta do poder do jornalismo», *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 21-22, Edições Cosmos, Lisboa.
- Traquina, Nelson, (2000), «Jornalismo 2000: O estudo das notícias no fim do século XX», *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 27, Relógio de Água, Lisboa.
- Verón, Eliseo, (1983), *Construir el acontecimiento*, Editorial Gedisa, Barcelona.
- White, David Manning, (1999), «O gatekeeper: uma análise de caso na selecção de notícias», in Traquina, Nelson (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*, Col. Comunicação e Linguagens, Veja, Lisboa.
- Wolf, Mauro, (1992), *Teorias da Comunicação*, Editorial Presença, Lisboa.



## CONTEÚDOS JORNALÍSTICOS AUTO-REFERENCIAIS: ENTRE O JORNALISMO E A PUBLICIDADE

«A SIC comemora 10 anos. Uma década que mudou Portugal, também pelo lançamento da televisão privada portuguesa.

É da história de um País e da forma como a viram os seus profissionais nestes dez anos que trata a peça que lhe apresentamos de seguida.»

*Rodrigo Guedes de Carvalho*, jornalista da SIC  
in *Jornal da Noite* de 6 de Outubro de 2002

«A TVI conseguiu chegar à posição de liderança e hoje é o primeiro canal televisivo de Portugal.

Ganhou em qualidade, em credibilidade, em reconhecimento do seu público, que colocou o canal no lugar em que está hoje.»

*José Eduardo Moniz* entrevistado por Pedro Pinto,  
in *Jornal Nacional*, TVI, edição de 20 de Fevereiro de 2003

O que liga estas duas afirmações ligadas ao passado próximo da comunicação social portuguesa? As citações acima referidas foram ditas por um jornalista da SIC e pelo director de programas da TVI em dois momentos comemorativos dos décimos aniversários das duas estações de televisão privadas portuguesas, generalistas e de sinal aberto, detidas por grupos económicos de comunicação, respectivamente; *Impresa* e *Media Capital*.

O que significa o facto destas frases terem sido transmitidas durante tempos de programação dedicados aos principais serviços informativos das respectivas estações televisivas? As anteriores interrogações guiam o percurso proposto por este artigo, o de descobrir os actuais territórios da actividade jornalística na sua relação com a publicidade, o marketing e as

**Vanda Ferreira**

Escola Superior de Comunicação Social

relações públicas. Um caminho que perspectiva a natureza e os contornos de uma fronteira constituinte daquelas actividades, tão concreta quanto fluida.

O terreno formal é o do jornalismo, actividade cívico-cultural sustentada, nas economias de mercado ocidentalizadas, por organizações económicas financiadas pelas receitas de publicidade e/ou pelas vendas/assinaturas (imprensa ou televisão por cabo). Os conteúdos, o tratamento dos eventos apresentados, os protagonistas da notícia, a linguagem utilizada e as relações entre as notícias apresentadas no meio em causa e nos seus congéneres detidos pelo mesmo proprietário identificam-se com as práticas e os objectivos do marketing, das relações públicas e da publicidade. O tratamento dos acontecimentos em causa concedido pelos meios com propriedade diferente dos canais televisivos em causa (ou a secundarização da relevância pública dos mesmos) demonstra que há algo de típico e prevalecte no campo do jornalismo, dos princípios da sua actividade e da sua ideologia profissional.

Este artigo apresenta e interpreta a tendência de presença de eventos relacionados com a empresa/meio de comunicação social emissor da notícia e a forma como circulam explorando sinergias promocionais entre meios através do conceito de conteúdos jornalísticos auto-referenciais. Como são tratados por meios jornalísticos acontecimentos relacionados com a actividade do meio de comunicação social emissor da notícia em causa? Em que diferem o tratamento concedido por meios detidos por proprietários diversos do do meio a que se referem?

Por conteúdos jornalísticos auto-referenciais entendo qualquer constituinte do discurso jornalístico, sob a forma de qualquer género; os textos, as imagens e/ou os sons que, formalmente, se identifiquem com conteúdos informativos e se distingam do registo publicitário. Os conteúdos jornalísticos auto-referenciais caracterizam-se essencialmente pela abordagem da actualidade ligada à empresa proprietária do meio de comunicação social ou com o próprio\*\*\*: acontecimentos, processos e/ou temáticas ligados à actividade dos meios/empresas e grupos económicos de comunicação.

Os conteúdos jornalísticos auto-referenciais abordam acontecimentos, processos e temáticas relevantes para o grupo económico proprietário da empresa/meio de comunicação social que o difunde promovendo a sua visibilidade e imagem pública de forma directa ou indirecta, de modo organizado e coerente.

Neste processo, o desenvolvimento de sinergias entre os meios cumpre uma função estratégica: a de garantir a circulação da cobertura noticiosa do acontecimento entre os órgãos de comunicação social detidas pelo mesmo grupo económico de comunicação associando-lhe uma uniformidade no relevo e orientação do tratamento atribuído ao acontecimento. Através do exemplo da cobertura dos décimos aniversários das estações de televisão privadas portuguesas procuro testar a hipótese de atribuição de abordagens mais favoráveis ao cumprimento das estratégias de negócio e promoção dos meios e empresas envolvidos por parte de meios do mesmo proprietário e dos órgãos de comunicação social alheios a estes.

As hipóteses de mapeamento das actuais relações dos territórios do jornalismo e da publicidade são assim testadas através da análise de conteúdo do tratamento jornalístico atribuído à comemoração dos décimos aniversários das estações de televisão privadas portuguesas, SIC e TVI comemorados respectivamente a 6 de Outubro de 2002 e a 20 de Fevereiro de 2003. Foram analisados para tal meios de imprensa detidos pelos proprietários daquelas estações televisivas e detidos por proprietários diversos, três estações de rádio, entre elas a Rádio Comercial (grupo Media

Capital), as próprias estações de televisão origem do acontecimento e a RTP, enquanto canal televisivo que serviu como referência alternativa aos canais generalistas nacionais detidos por grupos económicos de comunicação.

A análise dos meios de comunicação como elos de uma cadeia integrada num plano estratégico de gestão e promoção das empresas e dos grupos económicos de comunicação remete para a perspectiva de análise da economia política da informação e para a consideração do jornalismo como actividade económica e das notícias como um bem ou serviço comercializado.

As abordagens das manifestações materiais e simbólicas como submetidas ao capitalismo de mercado no interior do qual se desenvolveu desde o final do século XVIII-XIX tanto o jornalismo, como as relações públicas, o marketing e a publicidade como actividades interdependentes falham geralmente no ponto em que as autonomizam de forma irrealista.

## Conteúdos Jornalísticos Auto-Referenciais: do Jornalismo e da Publicidade

O jornalismo funda a sua legitimidade e credibilidade públicas no reconhecimento de uma ideologia feita de princípios ético-deontológicos e normas profissionais elas próprias erguidas e promovidas de acordo com uma lógica de marketing ou relações públicas da própria profissão. A missão profissional do jornalista obriga-o a relatar com rigor e honestidade; os preceitos ético-deontológicos do jornalismo emergem num esforço de alheamento de pontos de vista pessoais e dos objectivos diversos do dever de informar. Toda a ideologia profissional do jornalista, feita de rigor e esforço pela verdade ergueram-se porém desde final o século XIX através de alguns tópicos promovidos com a mesma estratégia e empenho da publicidade, no sentido *advertising*, de propaganda comercial.

O princípio da objectividade é disso exemplo. Um pacto de isenção e verdade, acolhido e promovido (no sentido em que é publicitado) pelas empresas jornalísticas e pelos seus meios numa estratégia integrada de comunicação perante os seus públicos; audiências e anunciantes. A necessidade de financiamento independente dos grupos de interesse político-partidário obrigou as empresas jornalísticas a recolherem dividendos da publicidade e da compra dos jornais. A objectividade jornalística construiu-se assim como forma de receptividade a todos os quadrantes de opinião, a todas as origens de financiamento comercial.

A tentativa de alcance de públicos generalizados (os leitores necessitados de informação rigorosa e transmitida em tempo útil) implicou a garantia de que os meios falavam de/para todos e não apenas de/para alguns privilegiados do poder da palavra e do direito a serem informados sobre os assuntos que lhes eram relevantes. Os grupos de interesse político foram assim substituídos na comunicação social pelo objectivo económico de vender informação.

Para se erguer e subsistir com um novo estatuto de independência e profissionalismo, as empresas jornalísticas e os próprios jornalistas estabeleceram uma espécie de pacto informal e não-dito, assente na ideia de que o público é a referência e a objectividade, a principal estratégia de recolha, produção e enunciação garante da qualidade da informação.

As fronteiras entre jornalismo e publicidade ficaram assim, para o jornalismo praticado nas economias de mercado, mais próximas. A bem do estatuto de ambas, as fronteiras e o princípio de autonomia absoluta entre estas actividades passaram a fazer parte da mesma estratégia comercial

das empresas de comunicação tanto as jornalísticas como de publicidade. Aos públicos e dos anunciantes este terreno comum passou a ser mantido num espaço de comunidade tão concreto quanto evitado.

De acordo com Armand Mattelart, a gestão empresarial e de marketing identifica-se hoje com as lógicas de funcionamento integrado dos grupos económicos de comunicação e dos seus meios, o que imprime uma certa visão cibernética da utilização dos conteúdos informativos dentro do sistema empresa/meio e na sociedade em que se insere.

«A ideia de uma unidade totalizadora ou unidade sistémica. Uma empresa global é uma estrutura orgânica em que cada parte deve servir a totalidade. Qualquer falha na «interoperacionalidade» entre as partes, qualquer obstáculo à livre troca de fluxos, traz o risco de colapsar o sistema. A comunicação tem que manter-se omnipresente» (Mattelart, 1998, 83).

Além da integração das funções de concepção, produção e comercialização dos conteúdos informativos, «a implicação plena do empregado, transformado no seu próprio empresário e marketer e a promoção do consumidor ao estatuto de co-produtor», caracterizam as actuais empresas de comunicação social (idem).

É a clássica linha de separação entre informação e opinião, ou entre isenção e parcialidade, ou entre jornalismo e publicidade. Irmãos de mãe e pai, jornalismo e publicidade ergueram a sua independência e o seu estatuto na defesa de uma identidade que, para ser explicada, precisa da crença na sua autonomia.

A credibilidade da informação ou a realidade da estratégia de criação de acontecimentos e gestão dos conteúdos informativos pelos proprietários dos mass media ficou célebre pelo episódio da cobertura dos acontecimentos na ilha de Cuba e na campanha de incitamento à intervenção militar dos EUA promovida pelo magnate da imprensa norte-americana Randolph Hearst em 1898. Em resposta à informação do repórter e desenhador Frederic Remington enviado a Havana dando conta de que: «Nada a assinalar. Tudo está calmo. Não haverá guerra. Desejava voltar», Hearst respondeu: «Peço-lhe para permanecer. Forneça ilustrações, eu fornecerei a guerra». (Mattelart, 1991, 30).

A noção da notícia como mercadoria e das estratégias de gestão dos conteúdos informativos aproximaram constitutivamente o jornalismo e o marketing; o jornalismo e as relações públicas.

No primeiro caso trata-se de criar e promover produtos informativos em função dos públicos disponíveis a pagarem por eles agindo no sentido da possibilidade de os atingir. Pelo marketing, o jornalismo passou a identificar-se com toda a filosofia de actuação empresarial centrada no consumidor final, tentando para isso antecipar e satisfazer a sua procura. A filosofia, ainda que realmente prosseguida, passou a ser parte do discurso de defesa do público e do seu direito a ser informado, princípio ético do jornalismo. Alcançada ou não a estratégia de alcance dos públicos, faz parte do marketing dos meios, afirmar e promover a prossecução daquele plano.

No segundo caso, o jornalismo tenta, através dos seus próprios conhecimentos das estratégias comunicacionais, utilizar o conjunto de técnicas desenvolvidas pelas relações públicas no sentido de criar e manter uma imagem favorável da empresa perante os seus públicos. Neste domínio integram-se a coordenação das actividades dos meios de comunicação social e das empresas que os detêm para ajustar as suas políticas, procedimentos e apresentações públicas como parte de um mesmo discurso e imagem institucionais. Novamente o bem comum, o interesse público são realçados como o principal ou único objectivo da actuação do meio/empresa.

Tal como o resumo Pierre Sorlin em *Mass Media*, «(...) o processo-chave neste campo é o da auto-legitimação, através do qual os fabricantes da informação tentam convencer o seu público potencial de que estão fundamentalmente preocupados com as suas necessidades e que falam a linguagem da racionalidade e da verdade» (Sorlin, 1997, 94).

O jornalismo ocidental desenvolvido por empresas integradas em grupos económicos de comunicação está portanto desde sempre envolvido no domínio das actividades comerciais, sendo portanto em parte gerido pelas relações públicas e pela lógica publicitária. Mesmo a sua ideologia profissional assente nos princípios de autonomia e imparcialidade organizam-se e promovem-se em torno de tópicos importados das relações públicas e do marketing.

Conhecer a indústria dos media jornalísticos implica, segundo Sorlin, perceber que a sua especificidade reside no facto de ser uma instância geradora do espaço público, um contexto que os próprios criam e gerem. De acordo com Sorlin, essa característica não é apenas um atributo decorrente da actividade das empresas mass mediáticas, é mesmo o seu principal objectivo, algo que ultrapassa o lucro económico. As diferenças e semelhanças essenciais na estrutura das organizações dos mass media, de acordo com Sorlin, «do ponto de vista económico, são em parte típicas e, em parte, diferentes das empresas capitalistas» (1997:131).

Para Pierre Sorlin, o objectivo principal dos proprietários dos mass media não é o lucro económico, mas sim uma combinação de contornos publicamente indefinidos entre dinheiro e desejo de influência social.

Helena Sousa defende que a propriedade dos mass media e o seu controlo estão directamente relacionados com o poder político e social. «A concentração económica foi, antes de mais, a consequência de uma busca pelo poder, embora as considerações económicas possam também ter tido o seu papel» (1994).

O modelo de concentração da propriedade dos mass media em grupos de comunicação tem implicado, segundo Helena Sousa, um paralelo e constante controlo editorial. «A luta pelo controlo dos media reflecte ambições que vão muito para além dos lucros meramente económicos, pois os empresários do sector pretendem aumentar a sua influência, conservar a sua posição em relação a rivais potenciais e conseguir uma posição de domínio» (1997:101).

Pierre Sorlin afirma que os proprietários dos mass media adquirem quando compram uma empresa que gere e edita um órgão de comunicação social é a visibilidade que esse meio representa e, através dela, uma capacidade de influência sobre o mundo em que se movem. A questão da visibilidade revela a importância da posse de meios de comunicação social e a sua função num espaço público, que os próprios mass media constroem e legitimam.

A partir do momento em que um grupo económico é proprietário de um meio de comunicação social, o seu poder enriquece-se. Não necessariamente em termos de lucro económico (o dinheiro não é a prioridade dos proprietários dos mass media), mas certamente em termos de relevância pública numa sociedade. Isto não significa uma acusação simplista de condicionamento directo da informação por parte dos proprietários, mas pretende ser um pressuposto essencial para estudar as relações entre propriedade e informação.

Sorlin considera que «um meio de comunicação de massas não [é] apenas um intermediário entre um emissor e um destinatário, mas também um peão na estratégia do seu proprietário» (1997:188).

Existem semelhanças e diferenças entre a propriedade dos media e de quaisquer outros sectores económicos. As semelhanças estão na elevada influência por parte da estrutura técnica, em

constante e acelerada mutação, pela necessidade de volumosos investimentos económicos para garantirem a sua actividade, funcionamento actual e desenvolvimento futuro, por estarem integradas nos grupos económicos que as detêm e na «independência ambígua e frágil» (1997: 131) concedida aos seus profissionais, com vista ao controlo e à manutenção do poder centralizado dos proprietários (1997: 131).

As diferenças encontram-se na luta pelo domínio, influência e poder sociais. A gestão de um media jornalístico confere a possibilidade de influência política ou liderança moral, através da capacidade de apresentar os acontecimentos, por vezes em detrimento do lucro económico puro, ou procurado como objectivo primordial, ainda que a conciliar com aquele. Segundo Sorlin, as estratégias das organizações mediáticas visam sobretudo a manutenção e o incremento da influência e do poder social que ela representa.

## Mass Media: Indústria e Mercado

O sistema mass mediático é uma indústria e um mercado. É partir dessa referência que se constrói, organiza e gere no seu ambiente. É como indústria e como mercado que as empresas jornalísticas constroem a sua «realidade» e é com base nela que a legitimam como sendo um contributo para a realização do «interesse público». A informação é por isso mesmo o verdadeiro capital das sociedades actuais e das democracias de mercado.

O grupo profissional dos jornalistas e as empresas jornalísticas para que trabalham fundam a sua actividade sobre uma construção da «realidade» que visa gerir e legitimar a sua própria actividade e com base na sua estrutura. A ideologia dos jornalistas e o estatuto institucional das empresas e dos meios jornalísticos ergueram-se com base na gestão de uma imagem pública. Esta é uma questão central na sua actividade quotidiana, para a manutenção de um perfil editorial com que correspondem aos seus públicos (audiências e anunciantes) e às suas fontes e como forma de se organizarem e funcionarem com base na distinção essencial entre «auto-referência» (a sua) e «referência-alheia» (a do ambiente com o qual estão em interacção).

Os condicionalismos conjunturais determinantes da sua actividade emanam desse ambiente e, com a actividade desse sistema a própria estrutura da sua actividade. O ambiente de mercado é condicionado pela própria actividade das empresas jornalísticas, geridas como o mercado em que inserem e suportadas por uma estrutura técnica de difusão a que só elas – entre poucos – têm acesso.

O «monopólio dos instrumentos de difusão da informação» de que falava Bourdieu e que as empresas jornalísticas gerem entre os produtores culturais, por um lado, e a grande massa de consumidores, por outro. Tal como no domínio político, o campo dos media está fortemente condicionado pelo plebiscito do mercado. A sua autonomia depende de serem aceites pelo mesmo mercado em que gerem a sua actividade. A autonomia do campo jornalístico implica a distinção entre sistema mass mediático e o seu ambiente.

Essa autonomia depende do estabelecimento de fronteiras e de um fechamento a categorias alheias ao seu modo de organização e funcionamento típicas da estrutura técnica das indústrias e da gestão em mercados própria das empresas.

Essas fronteiras e essa distinção baseia-se nos tópicos e nas categorias do sistema mass mediático e leva a que o público passe a ser definido como «audiência» ou «anunciante» e secundariamente como «cidadão» ou «pessoa», nomeadamente quando a ideologia profissional demonstra que essa interpretação é também estratégica para a realização dos objectivos da empresa e para a garantia de legitimidade dos seus jornalistas. Toda a imagem pública das empresas e a ideologia profissional dos jornalistas (em que inclui a sua deontologia) está assente na sua invisibilidade, o que, na prática tem garantido uma legitimidade sem contestação para a sua actividade.

A razão pela qual jornalismo e publicidade continuam a reproduzir um modelo económico mais amplo é o facto dos mass media, poderem fazer parte do mundo globalizado das trocas comunicacionais, mas a propriedade das estruturas técnicas e das organizações económicas que criam e difundem media jornalísticos continuar fortemente centralizada numa pequena elite com poder para produzir uma visibilidade pública de alcance nacional e transnacional. Uma imagem do mundo e de si mesmos que envolve a gestão das estratégias comunicacionais relacionadas com os propósitos.

Nesta perspectiva, o valor de uso dos meios jornalísticos para os seus proprietários é claramente ultrapassado pelo seu valor de troca (Baudrillard), a partilha simbólica das sociedades que o jornalismo promove reformulou-se de certo modo para promover os objectivos económicos de forma prioritária. Enquanto conteúdo jornalístico auto-referencial os media admitem uma função predominantemente utilitária, ainda que não exclusiva, de prestação de um serviço para o seu proprietário.

Jean Baudrillard afirma em *Para uma Economia Política do Signo* que no capitalismo há uma nova estrutura de significantes e de sentidos orientada pela eficácia. No caso dos mass media ela é tanto o alcance dos significados atribuídos à posse de audiências num mercado, por parte dos proprietários dos meios, como a garantia de uma capacidade de exercício de influência social. A lógica social de consumo, segundo o autor, «não é uma apropriação individual do valor de uso de bens e serviços, não é uma lógica de satisfação, é uma lógica de produção e manipulação de significantes».

Daí que a mudança das sociedades identificada por Baudrillard na sua interpretação do sistema simbólico das sociedades capitalistas radique no código, numa nova ordem de trocas de significantes que se tornam signos em si mesmos e cujo significado é a identificação dos seus utilizadores com um código (de consumo e alcance de posições de domínio nesse mercado/sociedade) e com os sentidos, valores, estatutos sociais a ele associados.

A própria circulação de signos (a cobertura de acontecimentos relevantes para o proprietário do meio) e da realidade simulada pela informação (a sobrevalorização da importância do evento) gera mais-valias baseadas na legitimidade do lucro nas sociedades capitalistas bem como um efeito de hiperrealidade irreal (os meios do grupo de comunicação são exagerados e favoráveis ao tratamento do tema, enquanto os meios independentes desta propriedade o ignoram ou trabalham de forma crítica).

O autor permite recuperar a função de intercâmbio social das trocas simbólicas atribuída aos mass media com a instituição da sua semiologia da mercadoria, par além do materialismo histórico de Marx. Este autor subestimou a função de intercâmbio social (mesmo que dos significantes «presença nos mass media», «audiência», «dinheiro», «posição dominante num mercado») ao emitir a força do valor de troca social de significados que envolveria as mercadorias numa lógica não produtivista. Se a sociedade e, neste caso os mass media, forem encarados como parte de um sistema de trocas simbólicas dirigidas e condicionadas por sua vez por uma racionalidade económica, das audiências, vendas, circulação, da aceitação do meio pelo mercado, do lucro, da transformação

dos meios em produto/serviço/prestígio social, então seria explícito o poder do código pela apropriação do significado através da posse do significante/meios de comunicação social.

A existência e circulação de conteúdos jornalísticos auto-referenciais sublinha uma assunção deliberada e estratégica do objecto simbólico «mass media» e seu conteúdo jornalístico como mercadoria ou serviço, nomeadamente através de uma concepção fetichista do meio de comunicação social «de sucesso», desde que aceite pelo mercado, pela audiência. De facto cumpre-se a passagem da primazia da produção para a prioridade da troca permitida pelo desenvolvimento de novas tecnologias de difusão, novas estruturas de comunicação e pela tentativa de organização e gestão dos conteúdos informativos de acordo com os objectivos do sistema empresarial, da sua rede de fluxos financeiros à escala de um grupo económico nacional ou global.

O código social do consumo é assim promovido e perseguido pela dinâmica de funcionamento das empresas mass mediáticas, um modelo transferido e legitimado pela ideia de audiência/aceitação num mercado. Essa ideia implica também uma tendência de renúncia à autonomia na base da qual o jornalismo funda a sua legitimidade. Os proprietários recorrem aos mass media por eles detidos para a promoção dos seus fins de desenvolvimento industrial e alcance de lucros económicos. A gestão da sua existência numa cena pública de aparecimento (Balandier) a que aspiram tenta ser construída através dos conteúdos jornalísticos auto-referenciais porém, nesse processo, lançam a própria queda do estatuto e da credibilidade do jornalismo.

## **A Cobertura do 10.º Aniversário das Televisões Privadas Portuguesas**

A análise da cobertura jornalística dos acontecimentos em causa permite concluir pela atribuição de um valor-notícia e uma maior relevância associada ao factor «propriedade». Os meios analisados mostraram-se mais receptivos a produzirem e transmitirem notícias relacionadas com o próprio meio que emite a notícia da mesma forma, os órgãos de comunicação social detidos pelo mesmo grupo económico de comunicação.

A televisão e o canal relativamente ao qual correspondia a notícia foram os meios mais receptivos ao acontecimento, nos quais foram transmitidas a maioria das notícias sobre a comemoração do décimo aniversário da estação televisiva em causa. Esta conclusão torna-se porém falsa no caso dos canais televisivos concorrentes daquele sobre o qual a notícia versava.

A rádio manteve-se afastada da cobertura do acontecimento, apesar da TVI pertencer ao mesmo grupo económico que detém a Rádio Comercial (assim como a Rádio Cidade, Rádio Clube Português (antiga Rádio Nostalgia), sendo que apenas esta foi incluída no corpus analisado.

A imprensa foi o segundo meio mais assíduo e persistente na cobertura do acontecimento «10.º aniversário das estações de televisão privadas portuguesas».

O fenómeno de auto-referencialidade é visível na atribuição de noticiabilidade e paralelo relevo ao acontecimento pelo próprio meio que lhe deu origem e, assim, se auto-noticia, seguido pelos meios detidos pelo mesmo grupo económico de comunicação. Os títulos de imprensa generalitas populares e especializados em televisão mostraram-se também mais permeáveis ao acontecimento, nomeadamente dando destaque às figuras mais populares das telenovelas e dos programas de entretenimento das estações televisivas em causa.

Os meios com proprietários diversos dos grupos económicos de comunicação detentores da SIC e da TVI negaram valor-notícia ao acontecimento (sobretudo no caso do décimo aniversário da SIC) ou atribuíram uma cobertura jornalística que concedeu menos espaço ou tempo ao mesmo. No caso da cobertura da SIC o registo da abordagem jornalística foi globalmente o noticioso, com o registo do acontecimento em notícias, breves ou colunas de opinião, enquanto no caso do aniversário da TVI, foi dado maior destaque, mesmo por meios de referência.

**Número de Artigos e Páginas Atribuídos ao Acontecimento**

<b>Acontecimento</b>		<b>I</b>
<b>10.º Aniversário da SIC</b>		
<b>30 de Setembro a 6 de Outubro de 2002</b>	<b>Meio de Imprensa</b>	<b>Espaço Concedido</b>
<b>Proprietário</b>	<b>Título</b>	<b>N.º de Artigos/Espaço Total</b>
Sonae/Público, Comunicação Social	Público	1/1 coluna
PT Multimédia/Global Media	Diário de Notícias	1/meia coluna
Cofina	Correio da Manhã	2/1 página
PT Multimédia/Global Media	24 Horas	2/1 página
Impresa	Expresso	3/17 páginas
O Independente Global	O Independente	1/meia coluna
Impresa	Visão	3/5 páginas
Impala Editores	Focus	1/meia coluna
PT Multimédia/Global Media	Grande Reportagem	0
Cofina	TV Guia	2/3 páginas
Impala	TV 7 Dias	2/4 páginas
Impresa	TV Mais	5/8 páginas

**Número de Peças e Tempo Atribuído ao Acontecimento**

<b>Acontecimento</b>		
<b>10.º Aniversário da SIC</b>		
<b>30 de Setembro a 6 de Outubro de 2002</b>	<b>Canal Radiofónico</b>	<b>Tempo Concedido</b>
<b>Proprietário</b>	<b>Estação</b>	<b>N.º/Espaço-Duração Total</b>
Igreja Católica	RR – Canal 1	0
PT Multimédia/Global Media	TSF	0
Media Capital	Rádio Comercial	0

**Número de Peças e Tempo Atribuído ao Acontecimento**

<b>Acontecimento</b>		
<b>10.º Aniversário da SIC</b>		
<b>30 de Setembro a 6 de Outubro de 2002</b>	<b>Televisão</b>	<b>Tempo Concedido</b>
<b>Proprietário</b>	<b>Canal</b>	<b>N.º/Espaço-Duração Total</b>
RTP, Radiotelevisão Portuguesa	RTP 1	0
Impresa	SIC	3/4':50''
Media Capital	TVI	0

## Número de Artigos/Peças e Páginas/Segundos, Minutos Atribuídos ao Acontecimento

<b>Acontecimento</b>	<b>Imprensa</b>	<b>N.º/Espaço-Duração Total</b>
<b>10.º Aniversário da TVI semana de 17 a 23 de Fevereiro de 2003</b>	<b>Meio de Imprensa</b>	<b>Espaço Concedido</b>
<b>Proprietário</b>	<b>Título</b>	<b>N.º de Artigos/Espaço Total</b>
Sonae/Público, Comunicação Social, SA	Público	2/3 páginas e 1 coluna
PT Multimédia/Global Media	Diário de Notícias	1/1 página e meia coluna
Cofina	Correio da Manhã	5/10 páginas
PT Multimédia/Global Media	24 Horas	5/6 páginas
O Independente Global	Expresso	2/1 página e um quinto
Impresa	O Independente	3/meia página
Impresa	Visão	0
Impala Editores	Focus	2/meia coluna
PT Multimédia/Global Media	Grande Reportagem	0
Cofina	TV Guia	4/7 páginas
Impala	TV 7 Dias	3/5 páginas
Impresa	TV Mais	2/3 páginas

## Número de Peças e Tempo Atribuído ao Acontecimento

<b>Acontecimento</b>	<b>Canal Radiofónico</b>	<b>Tempo Concedido</b>
<b>10.º Aniversário da TVI semana de 17 a 23 de Fevereiro de 2003</b>	<b>Canal Radiofónico</b>	<b>Tempo Concedido</b>
<b>Proprietário</b>	<b>Estação</b>	<b>N.º/Espaço-Duração Total</b>
Igreja Católica	RR – Canal 1	0
PT Multimédia/Global Media	TSF	0
Media Capital	Rádio Comercial	0

## Número de Peças e Tempo Atribuído ao Acontecimento

<b>Acontecimento</b>	<b>Canal Radiofónico</b>	<b>Tempo Concedido</b>
<b>10.º Aniversário da TVI semana de 17 a 23 de Fevereiro de 2003</b>	<b>Canal Radiofónico</b>	<b>Tempo Concedido</b>
<b>Proprietário</b>	<b>Estação</b>	<b>N.º/Espaço-Duração Total</b>
RTP	RTP 1	0
Impresa	SIC	0
Media Capital	TVI	5/22':55''

A direcção do tratamento foi claramente espectacular, favorável e elogioso no caso do «auto-noticiamento» da SIC e da TVI aos seus aniversários, nomeadamente com a presença dos recursos humanos das estações televisivas e o anúncio dos programas celebrantes do acontecimento.

A perspectiva crítica ou mesmo irónica surgiu apenas nos meios com propriedade diversa dos grupos económicos detentores das estações de televisão em causa. As reportagens sobre o aniversário da TVI, de facto a estação líder nas audiências televisivas no momento de cobertura do

evento (Fevereiro de 2003) feitas pelos diários generalistas de referência procuraram contextualizar o percurso da estação televisiva no quadro da comunicação social portuguesa. O questionamento surgiu também ao nível da reflexão sobre as opções empresariais tomadas e sobre a forma como o canal evoluiu de um meio de inspiração cristã para televisão comercial.

A ausência de hetero-referencialidade na cobertura jornalística é constatável na impossibilidade de identificar registos noticiosos no meio concorrente directo da empresa/meio em causa (o que comemora o seu aniversário). Ou seja, a SIC ignorou o 10.º aniversário da TVI, esta fez o mesmo com em relação à SIC.

No caso dos meios de imprensa, o relevo dado ao acontecimento foi progressivamente menos acentuado em função da ausência de ligação ao (mesmo) proprietário e da especialização dos meios (excepto no caso das revistas de televisão).

Além da estratégia de auto-referencialidade dos meios, destaca-se aqui a possibilidade de desenvolver conteúdos sobre os protagonistas dos programas de televisão dos meios aniversariantes, cuja presença é promovida (e anunciada nos serviços noticiosos) pelos canais televisivos em causa e que os jornais populares e as revistas especializadas em televisão exploraram.

No domínio dos conteúdos, identificam-se duas grandes tendências: o auto-elogio ou a cobertura promocional do evento e a perspectiva crítica ou a cobertura informativa do mesmo. No primeiro caso insere-se a cobertura jornalística atribuída pelos canais televisivos ao seu próprio aniversário, no segundo, o dos meios generalistas de referência.

A presença dos recursos humanos das estações de televisão em causa acentua o efeito de auto-referencialidade, com os colegas a falarem (elogiosamente) dos outros e de si. Esta tendência foi sobretudo visível no caso da TVI. A SIC tomou uma perspectiva mais reservada no domínio informativo, com a notícia do aniversário da SIC a ser anunciada pelo pivot e a peça propriamente dita apresentada pelo jornalista autor da peça. A maior parte do destaque dado pela estação televisiva ao seu próprio aniversário foi entregue ao tempo associado à programação televisiva, afastado da informação.

No caso da TVI, as entrevistas ao Presidente do Conselho de Administração do grupo económico detentor da estação televisiva e ao Director de Programas da TVI incluídas nos serviços noticiosos do canal ao longo de dois dos cinco dias de cobertura do acontecimento revelam o carácter auto-referencial do tratamento concedido ao evento.

As peças jornalísticas incluídas no Jornal Nacional da TVI versaram sobretudo sobre os preparativos e a cobertura da Gala comemorativa da estação televisiva e onde os jornalistas e os actores que faziam parte dos programas do canal se apresentaram como animadores do evento.

Num e noutro caso, o tratamento foi claramente elogioso da estação em fase de comemoração do seu aniversário, por parte dos recursos humanos da empresa, entrevistados pelos seus próprios colegas.

Pierre Sorlin afirma que a dinâmica de funcionamento dos mass media é definida pela utilização estratégica dos meios de comunicação social por parte dos seus proprietários, em concreto por uma combinação de razões de contornos publicamente indefinidos entre dinheiro e desejo de influência social.

O processo de construção e disseminação de conteúdos jornalísticos auto-referenciais pode ocorrer porque a estrutura técnica dos mass media é ela própria fundada numa distinção essencial entre auto-referência e referência alheia, tal como Niklas Luhmann entende este sistema. As fronteiras operacionais do sistema mass mediático face ao seu ambiente são geradas e reproduzidas

pelo próprio em função dos seus critérios, condicionados pela técnica e pelo mercado. No caso dos conteúdos jornalísticos auto-referenciais é visível a forma como o jornalismo cria os seus próprios referente e como, neles, a propriedade dos meios se transforma numa (auto-)referência organizada por oposição e através de uma gestão estratégica face à referência alheia/concorrência.

Tal como o autor argumenta: «o sistema pressupõe-se a si próprio como uma erupção auto-produzida, inacessível pelas suas próprias operações e estabelecido pela transformação da erupção em informação, a qual produz para a sociedade e para si próprio na sociedade. Por isso mesmo, a realidade de um sistema é sempre um correlato das próprias operações do sistema, é sempre a sua própria construção. É a noção de comunicação que garante a integração do sistema na sociedade, apesar do seu fechamento operacional» (Luhmann: 2000:11,12)

Os principais contributos para uma crítica à publicidade nas sociedades contemporâneas democráticas têm sido apresentados por duas grandes escolas de pensamento e estudo: por um lado a economia política do signo ou dos media (representada por autores ligados à economia ou à sociologia como Ben Bagdikian, Baker, Armand Mattelart, Nicholas Garnham, Herbert Schiller, Vicent Mosco) e, por outro lado, a crítica simbólica ao papel da publicidade (ligada à Escola de Frankfurt, aos Estudos Humanísticos e *Cultural Studies* através de autores como Theodor Adorno, Max Horkheimer, Roland Barthes, Pierre Bourdieu, Michel de Certeau, etc.).

Os primeiros enfatizam o estudo dos mass media com base no seu entendimento como empresas privadas com fins lucrativos, estruturadas de acordo com uma lógica industrial mas que se auto-declaram como organizações com fins de serviço público, bem comum e busca de ideais democráticos. A abordagem desta escola concentra-se no tipo de controlo externo exercido, segundo os autores, por este tipo de organização empresarial sobre o conteúdos dos mass media, nomeadamente exercido pela publicidade sobre os efeitos sociais e culturais dos mass media. Como é que a publicidade enquanto forma de financiamento condiciona o sistema mediático de um país; esta é a principal interrogação que percorre as reflexões da economia política dos media.

Os segundos consideram sobretudo as noções de manipulação simbólica dos signos que segundo estes autores compõem a publicidade e concentram-se na perpetuação simbólica do *status quo*, do poder vigente, do sistema. Por outro lado certas correntes desta mesma Escola defendem a capacidade de resistência permitida pelos significados possíveis dos textos com base nas diversas interpretações dos públicos desses mass media. Estes autores fixam-se sobretudo no controlo interno exercido pela publicidade sobre os mass media, nas formas de manipulação simbólica dos significados da publicidade com vista à influência num certo sentido de comportamento (com vista à compra de um produto e/ou serviço). Muito para além da eficácia da publicidade, estes autores preocupam-se com a constituição da identidade de grupos, interações sociais e formas de percepção do mundo que a publicidade cria e reproduz.

Ambos partem do princípio de que a publicidade é o principal ou mesmo a única fonte de rendimento das empresas de comunicação social e desta forma consideram-na do ponto de vista da sua influência sobre os mass media e, tendo em conta os seus imperativos de controlo e expansão dessa influência) como um condicionamento da democracia. Preocupam-se sobretudo com o impacto simbólico e económico das indústrias culturais, de um discurso comercial que envolve as sociedades de uma forma disseminada a nível global, abrangente de todas as experiências contemporâneas, persistente e cuja identidade e poderes nem sempre são identificados.

Numa lógica de controlo externo, tal como propõe a interpretação, a crítica da economia política dos mass media, os interesses comerciais sobrepõem-se aos fins de serviço público na medida em que acima de tudo as empresas de mass media procuram a gestão do conteúdo dos mass media da forma que lhes for mais lucrativa. Para isso perspectivam os conteúdos mediáticos de acordo com uma lógica produtiva e comercial, fala-se de produtor, produto, mercado, conteúdos e audiências. Para a reflexão desta Escola é essencial compreender os constrangimentos económicos sobre os conteúdos mediáticos ou a forma como os media são moldados em função dos desejos dos anunciantes e do gosto da maioria da audiência, por esta ordem de importância.

No caso dos mass media financiados exclusiva ou principalmente com receitas publicitárias, o produto torna-se, não o meio, mas a audiência desse meio. As empresas vendem a visibilidade que os conteúdos produzidos por ela recolhem para a publicidade dos anunciantes.

A audiência é uma medida da distribuição do produto num mercado. Assim, torna-se mais importante agradar ao mercado dos anunciantes do que ao do público, ainda que este seja, paradoxalmente, o elo mais importante numa cadeia de comunicação entendida como um ciclo comercial. A audiência é um dos bens mais precívalis no mundo dos mass media e as empresas de comunicação sabem que para os atingir têm que se empenhar na oferta de um bom produto extra publicidade, para atrair os anunciantes.

## Conclusão

A cobertura jornalística dos décimos aniversários das estações de televisão privadas portuguesas realçou um padrão de auto-referencialidade dos meios em torno de seis tópicos principais:

1. Estabelecimento de uma relação motivada entre a propriedade do meio e a atribuição de valor-notícia ao acontecimento. A orientação (informativa, crítica ou promocional, elogiosa) do tratamento variou consoante os meios que abordaram o evento eram detidos pelo grupo económico proprietário da televisão em causa ou alheio àquela propriedade.
2. Realce de um padrão interpretativo associado aos momentos de crise ou de sucesso da estação televisiva, de acordo com a mesma ligação entre meios que trabalham o acontecimento e envolvimento dos seus proprietários.
3. Desenvolvimento do pressuposto da abordagem jornalística que associa sucesso do meio ao resultado da conquista das audiências bem como ao crescimento económico da empresa. Participação do público no resultado das estratégias empresariais.
4. Estratégia editorial orientada para a abordagem do evento numa lógica de actividade empresarial e das condições (de mercado) para o seu desenvolvimento. Ausência de abordagem dos impactos sociais, políticos, económicos e tecnológicos e culturais, nomeadamente nos públicos da televisão portuguesa.
5. O protagonismo atribuído aos empresários e recursos humanos pertencentes ao meio noticiado, nomeadamente no meio que pertence ao mesmo proprietário do meio em que a notícia foi difundida.
6. A conclusão da cobertura jornalística em termos de fechamento à contextualização do mesmo. Noticiação do evento como alheado de outras notícias idênticas relacionadas com os meios concorrentes.

## Bibliografia

- Balandier, Georges (1992), *Le pouvoir sur scènes*, Paris, Éditions Balland.
- Bagdikian, Ben H. (1997), *The Media Monopoly*, Beacon Press, Boston.
- Baudrillard, Jean (1996), *Para Uma Crítica da Economia Política do Signo*, Relógio d'Água.
- Luhmann, Niklas (2000), *The Reality of Mass Media*, The Oxford Press.
- Mattellart, Armand (1998), *Comunicação-Mundo*, Lisboa.
- Sorlin, Pierre (1997), *Mass Media*, Celta Editores, Lisboa.
- Sousa, Helena, «Portuguese Media: New Forms of Concentration», Universidade do Minho <[http://www.bocc.ubi.pt/pag/\\_texto.php3?html2=sousa-helena-coreia.html](http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=sousa-helena-coreia.html)> (Outubro de 2002).

## A OBJECTIVIDADE COMO «DEVER REFERENCIAL» DOS JORNALISTAS

### Introdução

«When the meninas came to town». Este foi o título que encimou uma reportagem de Amanda Ripley sobre a problemática da prostituição na cidade de Bragança, inserida na *Time* de 14 de Outubro de 2003. Por coincidência, na mesma edição da revista norte-americana, o Governo português iniciava a publicação do primeiro de uma série de quatro anúncios promocionais do Euro-2004. «Em Portugal o prolongamento é sempre a melhor parte do jogo», referia um dos slogans. Dois dias depois, o diário *Público* dedicava uma notícia ao «caso». Ditava o *lead*: «A dimensão que foi dada ao problema da prostituição em Bragança poderá não passar de «uma ficção jornalística». Esta é a opinião de um dos elementos da equipa de investigação que, desde Janeiro de 2001, desenvolve um estudo, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia, sobre a “prostituição feminina em regiões fronteiriças”»<sup>1</sup>. O artigo da revista norte-americana interferiu com a auto-estima das gentes daquela capital de distrito e com a imagem do país no seu todo. Desconfia-se que o retrato dado de Bragança se moldou a uma certa visão pré-concebida de Portugal. Em declarações à *Visão* de 16 de Outubro de 2003, a actual correspondente portuguesa do *El País*, Margarida Pinto, assume: «Pode não ser uma visão consciente da parte deles, mas aquilo que desperta o interesse dos meus editores são as histórias que nos relacionam, de certa forma,

**Carla Martins**

Universidade Lusófona de Humanidades e  
Tecnologias

<sup>1</sup> Fragoso, Ana, «Prostituição em Bragança não é um caso singular», in *Público*, 16/10/2003.

com aspectos do Terceiro Mundo»<sup>2</sup>. Até que ponto, então, usando a terminologia de Lippmann, os jornalistas atropelam as visões do mundo com as definições que dele foram sedimentando? Será que as visões estereotipadas são suficientemente consciencializadas e escrutinadas? Por outro lado, será que o resultado do trabalho jornalístico, por via de uma valorização crescente da subjectividade e da criatividade, se pode categorizar cada vez mais como meras «ficções jornalísticas»?

Hoje recai sobre os media e os jornalistas a suspeição de os seus relatos transcenderem a realidade, de diluírem a fronteira entre o ficcional e o não-ficcional ao produzirem «cenários», ao darem cobertura a acontecimentos fabricados, aqueles que Daniel Boorstin designa por «pseudo-eventos», ao personalizarem excessivamente os eventos, ao demitirem-se da explicação e contextualização dos acontecimentos, oferecendo, antes, uma visão fragmentada e aforística da realidade.

Se o jornalista é uma espécie de «historiador do quotidiano», como designou Albert Camus, que credibilidade merecerão os seus relatos produzidos com grandes constrangimentos de espaço e de tempo e excessivamente determinados por exigências comerciais? No coração da epistemologia jornalística está, desde o nascimento do jornalismo informativo, em meados do século XIX, o ideal da objectividade. Esta foi interiorizada pela classe profissional em ascensão como garante da independência, isenção e exactidão do trabalho jornalístico. Porém, nas últimas décadas, a objectividade tornou-se alvo de desconfianças e foi sucessivamente desconstruída e criticada. Semanticamente, metamorfoseou-se em cautelosas expressões como «interpretação honesta» e «não-intencionalidade». A evidência da impossibilidade da total separação entre objectividade e subjectividade conduziu ao anúncio da obsolescência do «paradigma da objectividade jornalística», nos vários níveis em que pode ser lido: como correspondência entre enunciado e acontecimento, como dever deontológico, como codificação de um conjunto de práticas e procedimentos técnicos.

Em que medida podem os jornalistas transcender a sua própria subjectividade no relato dos factos? A que procedimentos ou «convenções» devem recorrer na procura do relato objectivo da realidade? (Cohen, 1992, 156) Reconhecendo-se, a título de hipótese, o papel dos jornalistas como «narradores profissionais» do «mundo lá fora», será o seu relato tanto mais credível e «verdadeiro» quanto mais objectivo for? Haverá um paralelismo entre objectividade e verdade<sup>3</sup>? Em que medida é possível descrever as coisas «como elas realmente são»? E saber se, de facto, a objectividade é um caminho para a verdade (Amaral, 1996, 18)? Por outro lado, constituirá a objectividade um óbice à imaginação e criatividade<sup>4</sup>?

Estas interrogações interpõem-se à hipótese, aqui avançada, de se ter de recorrer novamente ao paradigma da objectividade como um dos princípios estruturantes do jornalismo: aquele que lhe garantirá o substracto de realidade para que seja reconhecida credibilidade e fiabilidade aos seus produtos informativos. No redesenho da cartografia dos «territórios do jornalismo» haverá eventualmente que se acolher a objectividade, mas numa versão reiventada à luz da própria evolução histórica do conceito.

<sup>2</sup> Luís, Filipe, «O país dos escândalos sexuais», in *Visão*, 16/10/2003.

<sup>3</sup> Daniel Cornu escreve que «a objectividade é a atitude (quanto à pessoa) ou o método (quanto à aproximação) que permite ligar a realidade à verdade, ver “as coisas como elas são”, e não é de forma nenhuma realizada por uma política de informação que vise apenas o equilíbrio e a neutralidade. A realidade, em si mesma, é brutal, excessiva, conflitual» (Cornu, *Daniel, Journalisme et Vérité – Pour une éthique de l’information*, Genève, Labor et Fides, 1994, p. 359, (cit. Mesquita, 2003, 212)).

<sup>4</sup> «O relato objectivo despiu os jornalistas da sua criatividade e imaginação; roubou aos jornalistas a paixão e a perspectiva. O relato objectivo transformou o jornalismo em algo mais técnico do que intelectual; transformou a arte da narração numa técnica de escrita jornalística» (Glasser, 1992, 181).

Transmutar semanticamente a objectividade em «interpretação honesta», por exemplo, não faz desaparecer o problema. A consideração futura da objectividade deverá conjugar uma série de factores: o trabalho jornalístico exige, como propôs Lippmann, uma atitude reflexiva face aos preconceitos próprios e aos mapas culturais e de significado social que funcionam como uma espécie de «filtro» na percepção da realidade; além dos factos, as notícias integram uma componente de interpretação consubstanciada no aprofundamento e contextualização da informação, pelo que o jornalista «objectivo» não é um mero «mensageiro» passivo mas um «mediador» cujo elemento subjectivo não se anula no relato dos acontecimentos; a identidade do objecto constrói-se integrando uma multiplicidade de perspectivas decorrentes das diferentes posições em que se encontram aqueles que observam. Um relato jornalístico será tanto mais objectivo quantas as perspectivas que contiver. A hipótese de partida esboçada neste artigo rejeita a cisão entre objectividade e subjectividade e reconhece como inevitável a intervenção do elemento subjectivo no relato da realidade. Na recuperação possível da objectividade aqui ensaiada não está excluída, portanto, a imaginação, a criatividade, a perspectiva e a capacidade de narração do jornalista.

Por fim, contrariando as opiniões de autores como Glasser, pressupõe-se a indissociabilidade entre objectividade e responsabilidade dos media e dos jornalistas. Citando Mário Mesquita, «talvez se possa afirmar que a deontologia do jornalismo surge, enquanto construção histórica, como resposta a essa expectativa de objectividade, cultivada» pelo público (Mesquita, 2003, 213).

## Génese da objectividade

A objectividade é um conceito que a maioria dos cidadãos associa ao papel do jornalismo. Está consagrada nas leis que estabelecem as balizas do comportamento dos órgãos de comunicação social e presente, implícita ou explicitamente, nos códigos deontológicos dos jornalistas (Traquina, 2001, 26). O termo nasce aquando da emergência do «novo» jornalismo informativo, sobretudo no seio das agências noticiosas, em meados do século XIX, assentando na premissa de que «as opiniões são livres, os factos são sagrados». Pressupõe, por outras palavras, a separação entre o relato dos factos e a expressão das posições subjectivas do jornalista. Distinção essa que, nas palavras de Rita Figueiras, se «senso-comunizou», ou seja, é mais formal do que real e reconhecida pelos não profissionais (Figueiras, 2003, 111).

A *objectividade jornalística* surge no período designado pelos historiadores como «fase industrial da imprensa» (Mesquita, 2003, 207), impulsionada por transformações políticas, económicas, sociais e tecnológicas. «Na necessidade de encontrar um público mais largo, o jornal procura manter uma atitude imparcialmente objectiva, dirigindo-se assim a todos, e não a um grupo de leitores ideologicamente afins, necessariamente muito mais restrito»<sup>5</sup>. Mário Mesquita verifica que a objectividade jornalística não nasce de uma reflexão epistemológica acerca do jornalismo mas resulta «da nova estratégia comercial da imprensa» (Mesquita, 2003, 208).

Os estudos sobre as notícias descrevem esta evolução do produto informativo, fazendo corresponder à desvinculação dos factos e dos comentários a «teoria do espelho», segundo a qual

<sup>5</sup> Tengarrinha, José, *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, Lisboa, Caminho, 1989, p. 219 (cit. Mesquita, 2003, 208).

as notícias são como são porque a realidade assim o determina. A esta teoria subjaz a noção do jornalista como observador e reproduzidor desinteressado dos acontecimentos. A teoria do espelho desenvolve-se em dois momentos históricos cruciais. Na primeira fase do «novo jornalismo», procedeu-se a uma sacralização dos factos, processo de que as agências noticiosas foram as defensoras mais ardentes. O segundo momento histórico teve lugar nas décadas de 20 e 30 do século xx, nos Estados Unidos (Traquina, 2001, 34), positivamente devido à crescente popularidade dos métodos científicos como instrumento adequado para descobrir e compreender a realidade (Glasser, 1992, 177). Segundo Michael Schudson, contudo, o ideal de objectividade não foi a expressão final de uma convicção nos factos mas, pelo contrário, a afirmação de um método concebido em função de um mundo em que os próprios factos não eram merecedores de confiança, devido aos exemplos de propaganda e à emergência da profissão de relações públicas<sup>6</sup>. «Com a ideologia de objectividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos factos por uma fidelidade às regras e procedimentos criados para um mundo no qual até os factos eram postos em dúvida»<sup>7</sup>.

No século xx, a objectividade torna-se assim um standard da profissão. Segundo John Merrill, torna-se um *ethics concept* (Mesquita<sup>8</sup>, 2003, 208), ou seja, um «dever de objectividade», prescrito sobretudo na tradição jornalística norte-americana. Na perspectiva do dever de objectividade, os jornalistas seriam aparentemente transformados em observadores moralmente descomprometidos e a imprensa, em «imprensa amoral». «O conceito de objectividade seria, na prática, oposto ao de responsabilidade, visto que contribuiria para desresponsabilizar o jornalista» (Mesquita, 2003, 209).

O professor norte-americano Melvin Mencher identifica a objectividade como uma das componentes básicas das notícias, ao lado da exactidão (*accuracy*), atribuição, verificação, equilíbrio, concisão, selectividade, clareza e interesse humano. Objectividade significa, na sua perspectiva, que a notícia não deve transparecer a opinião ou os sentimentos do autor e pode ser verificada contra algum tipo de registo. «Um relato objectivo contém material que qualquer pessoa concordará ser verdadeiro. A verificação do material é tão convincente que não pode haver qualquer argumento contra a sua verdade» (Mencher, 1984, 62).

Classicamente, portanto, o «ideal de objectividade» sugere a possibilidade de separação entre factos e opiniões ou juízos de valor, e que os jornalistas consigam distanciar-se dos acontecimentos do mundo real, cujo significado transmitem ao público através de uma linguagem neutra e técnicas de reportagem competentes. O conceito de parcialidade, ao invés, implicará a possibilidade de um «grau zero de relatos imparciais e objectivos» (Hackett, 1999, 105).

<sup>6</sup> No prefácio à obra *Homens em Tempos Sombrios*, Hannah Arendt explica os «tempos sombrios» (expressão de Brecht) como o tempo da desordem e da fome, dos massacres e dos assassinos, da revolta contra a injustiça e do desespero, do ódio e da cólera. «Tudo isto era bem real, uma vez que se passava em público; não era nem segredo nem mistério. E todavia, nem por sombras estava ao alcance de todos os olhos, era difícil ter-se consciência da situação; pois até ao último momento, em que a catástrofe arrastou tudo e todos, ela foi sempre camuflada, não por realidade mas pelos muito eficientes discursos e pelo palavreado de quase todos os representantes oficiais (...). Quando pensamos nos tempos sombrios (...) temos que levar em linha de conta esta camuflagem, emanada do «poder estabelecido» – ou do «sistema», como então se dizia – e por ele difundida» (Arendt, 1991, 8).

<sup>7</sup> Schudson, M, *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*, Nova Iorque, Basic Books Inc, 1978, p. 122 (cit. Traquina, 2001, 34)

<sup>8</sup> Mesquita situa a «doutrina da objectividade» em três níveis: no «plano deontológico», enquanto dever ou compromisso ético, prescrito pelos códigos deontológicos; no «plano da investigação jornalística», enquanto conjunto de normas processuais; no «plano das retóricas», enquanto conjunto de regras de natureza estilística (Mesquita, 2003, 209).

## Objecções à objectividade

Pela codificação e «senso-comunicação»<sup>9</sup> de procedimentos, pela aparente «amoralização» e desresponsabilização do trabalho do jornalista, vários autores criticaram ferozmente o paradigma da objectividade jornalística. O jornalista espanhol Miguel Ángel Bastenier defende: «A objectividade é apenas uma palavra, uma invocação, um santo e senha ao qual encomendamos, porque isso a que se chama a *realidade*, ou não existe ou não temos qualquer possibilidade de a apreender por via do conhecimento. (...) A objectividade não existe e não faz qualquer falta, porque se fosse assim todos os diários, pelo menos os que cumpriram os seus objectivos profissionais, dariam a mesma versão dos factos, tudo teria decorrido de forma inapelável» (Bastenier, 2001, 25).

Nos Estados Unidos, na década de 60, o *New Journalism*, iniciado por Tom Wolfe e consagrado com o conjunto de reportagens *In Cold Blood*, de Truman Capote, questionou as formas sagradas das notícias e sacudiu os dogmas tradicionais, como o da objectividade, que ajudavam a orientar a actividade jornalística (Traquina, 2001, 24). Além do *New Journalism*, também os movimentos do jornalismo investigativo, no domínio processual, contestaram a doutrina da «objectividade» e as respectivas traduções na prática profissional (Mesquita, 2003, 212).

Martínez-Albertos, professor de Jornalismo na Universidade Complutense de Madrid, opta, em lugar da objectividade, pelo termo «não-intencionalidade», que define como disposição psicológica que deve estar sempre presente no trabalho jornalístico. Trata-se, em seu entender, de uma exigência ética necessária para credenciar os textos jornalísticos como socialmente aceitáveis (Martínez-Albertos, 1998, 66)<sup>10</sup>.

Se numa primeira fase os documentos que norteiam eticamente o trabalho do jornalista consignaram o princípio da objectividade, nas últimas décadas a sua enunciação sofreu alterações semânticas de relevo. Por exemplo, o Código Deontológico do Jornalista, aprovado em 1993 pelo Sindicato dos Jornalistas, prescreve logo no primeiro ponto: «O jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e *interpretá-los com honestidade*»<sup>11</sup>. No *Livro de Estilo do Público*, recusa-se a objectividade em «estado puro». «A redacção de um texto e a sua publicação envolvem decisões individuais e colectivas de natureza sempre subjectiva. Por isso, a objectividade jornalística é entendida como um valor-limite e uma meta que o Público procura todos os dias alcançar. É assim um problema de honestidade intelectual colocado permanentemente aos seus jornalistas, confrontados com uma outra questão: a exactidão dos factos relatados e a fidelidade das opiniões recolhidas».

O *Livro de Estilo do Washington Post* sustenta que, «enquanto os argumentos acerca da objectividade são intermináveis, o conceito de *fairness* (jogo limpo) é algo que os editores e

<sup>9</sup> Senso comum é utilizado aqui no sentido daquilo que a maioria dos jornalistas «considera como verdadeiro, ou dado como adquirido» (Tuchman, 1999, 87).

<sup>10</sup> A não-intencionalidade psicológica apoia-se, segundo o autor, em dois ingredientes obrigatórios: os dados que se comunicam têm de ser jornalisticamente verdadeiros, ou seja, verificáveis; a codificação linguística das mensagens deve fazer-se de acordo com as pautas e cânones estabelecidos pelas convenções profissionais (Martínez-Albertos, 1998, 65).

<sup>11</sup> «Podem os jornalistas riscar da deontologia a palavra «objectividade», mas isso não lhes evitará o confronto com a problemática em causa. Por mais que contornem o conceito, suprimindo-o dos códigos deontológicos ou recusando-lhe qualquer espécie de validade (ou de operatividade), os destinatários da informação continuarão a estabelecer unilateralmente que as notícias devem relatar os «factos» tal como ele se verificam, ou seja, que a tal «objectividade» – inatingível, por definição – deve constituir-se em critério de avaliação da prática jornalística» (Mesquita, 2003, 212).

repórteres podem facilmente compreender e cumprir» (cit. Mesquita, 2003, 210). Opinião idêntica tem Bastenier: «Se a objectividade não existe, nem é desejável em si mesma, o que sim existe é o que os anglosaxónicos designam por *fair play*; a honradez do ponto de partida, a ausência de *parti pris* por parte do jornalista» (Bastenier, 2001, 28).

A par desta preocupação semântica, que evita mencionar a objectividade, condenando-a a um exílio prolongado, a questão da objectividade deriva a sua problematicidade do facto de se colocar em todas as fases do processo de produção das notícias, a começar pelo designado «saber de reconhecimento». Mauro Wolf explica como o funcionamento rotineiro da organização jornalística opera um tipo de «deformação» dos conteúdos informativos não imputável a violações da autonomia profissional mas ao modo como está organizada, institucionalizada e é desempenhada a profissão (Wolf, 2002, 183). Golding e Elliot procuraram demonstrar de que forma o profissionalismo – com os seus valores, rotinas e práticas, critérios de selecção e modelos de apresentação dos acontecimentos – acrescenta importantes «distorções inconscientes» à informação produzida. Aqui é decisiva a influência da lógica específica dos *mass media* – com as suas exigências produtivas, redes de fontes, imagem do público – na cobertura dos acontecimentos. «As exigências organizativas e estruturais e as características técnico-expressivas próprias de cada meio de comunicação de massa são elementos fundamentais para a determinação da reprodução da realidade social fornecida pelos *mass media*» (Wolf, 2002, 185).

No que toca, em particular, aos critérios de noticiabilidade, que conjugam a cultura profissional do jornalista com a organização do trabalho de produção de notícias, Wolf salienta que «“faz notícia” aquilo que, depois de tornado pertinente pela cultura profissional do jornalista, é susceptível de ser «trabalhado» pelo órgão informativo sem demasiadas alterações e subversões do ciclo produtivo normal» (Wolf, 2002, 191). Os valores-notícia, como componentes da noticiabilidade, integram este processo de «distorção involuntária»<sup>12</sup>.

A rede de fontes de informação utilizada pelos jornalistas e pelos meios de comunicação é outro dos factores que dificultará a possibilidade de realização de um trabalho objectivo. «Na realidade, fontes, jornalistas e público coexistem dentro de um sistema que se assemelha mais ao jogo da corda do que a um organismo funcional inter-relacionado. No entanto, os jogos da corda são decididos pela força: e as notícias são, entre outras coisas, “o exercício do poder sobre a interpretação da realidade”» (Wolf, 2002, 223). O mesmo autor salienta que os estudos sobre o *newsmaking* deram a conhecer que a rede de fontes reflecte, por um lado, «a estrutura social e de poder existente» e, por outro, se organiza a partir das exigências dos procedimentos produtivos (Wolf, 2002, 223-224). Como os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, também a estrutura de fontes assentará numa «distorção», uma vez que o acesso das fontes aos jornalistas e dos jornalistas às fontes é assimétrico. De acordo com Herbert Gans, «aqueles que não têm qualquer poder mais dificilmente se transformam em fontes e não são procurados pelos jornalistas até as suas acções produzirem efeitos noticiáveis enquanto moral ou socialmente negativos» (cit. Wolf, 2002, 224).

<sup>12</sup> Os valores-notícia constituem uma grelha dinâmica que permite responder de forma pragmática às necessidades de selecção diária dos acontecimentos considerados interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia, e estão presentes ao longo de todo o processo produtivo. Segundo Mauro Wolf, os valores-notícia derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas às características substantivas das notícias, o seu conteúdo, seja pela importância seja pelo interesse; à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; à imagem que os jornalistas têm do público; e à concorrência entre meios de comunicação.

Em «Objectivity and News Bias», Theodore Glasser argumenta que hoje as notícias são inevitavelmente distorcidas e esta distorção pode ser captada através da compreensão do conceito, das convenções e da ética da objectividade. O autor define a objectividade como ideologia, ou seja, um conjunto de crenças que funciona no momento em que o jornalista age, comprometida com a supremacia dos factos observáveis e verificáveis (Glasser, 1992, 176). Em seu entender, a objectividade no jornalismo promove três tipos de distorções, articulados com três desenvolvimentos principais do jornalismo norte-americano. Em primeiro lugar, é distorcido contra o papel de *watchdog* dos media em favor do *statu quo*: o relato neutral implica dar proeminência às fontes oficiais poderosas, o que contradiz a participação democrática de todos os cidadãos. Neste particular, há um encontro entre a perspectiva de Glasser e a de Gans. Uma segunda distorção da ideologia da objectividade ocorre contra o pensamento independente, ou seja, o jornalista ficará isento de uma perspectiva crítica na avaliação de eventos, problemáticas e pessoas; será um mero espectador desinteressado. A terceira distorção surge contra a assumpção jornalística da responsabilidade por aquilo que relata. Segundo Glasser, uma vez que a ideologia propugna que as notícias existem «lá fora» – em aparência, independentemente do jornalista –, os profissionais não podem ser responsabilizados por elas (Glasser, 1992, 183). «O relato objectivo exclui virtualmente o relato responsável (...). O relato objectivo apenas requer que os jornalistas sejam responsabilizados pelo modo *como* fizeram o relato, não por aquilo que relataram» (Glasser, 1992, 180).

Gaye Tuchman concentrou as suas investigações – uma das mais acutilantes e desmistificadoras sobre o tema – nos procedimentos inerentes à objectividade jornalística, que identifica como «rituais estratégicos», retomando uma expressão de Everett Hughes. O jornalista, sendo objecto de múltiplas pressões – prazos de entrega, processos difamatórios e reprimendas dos superiores –, escuda-se numa noção operativa de objectividade para o seu trabalho ancorada em certos procedimentos, traduzidos em atributos formais das notícias e dos jornais. A estudiosa propõe que a objectividade «pode ser vista como um ritual estratégico, protegendo os jornalistas dos riscos da sua profissão», dos críticos do seu trabalho (Tuchman, 1999, 74-75)<sup>13</sup>. Quando reclama «eu sou um profissional objectivo», o jornalista pode afirmar que apresentou versões diferentes ou «possibilidades conflituais» da realidade, provas suplementares para fundamentar um facto, utilizou judiciosamente aspas para indicar que não está a dar uma versão dos acontecimentos, apresentou os «factos mais importantes» em primeiro lugar e separou linguística e graficamente os factos das opiniões (Tuchman, 1999, 79-84, 88-89).

Trata-se de «procedimentos estratégicos» relativos aos atributos formais da notícia que o jornalista evoca para justificar que agiu objectivamente. Tuchman conclui, no entanto, por um desfasamento entre os objectivos procurados (a objectividade), os procedimentos adoptados (que não escapam a ambiguidades) e os resultados alcançados (a percepção do público sobre a objectividade do relato). Este conjunto de estratégias traduz, enfim, uma ritualização ou codificação que remete para uma definição operacional da objectividade, tendente a fundamentar as decisões de uma profissão mais marcada pela acção do que pela reflexão. Este será o sentido mais negativo da objectividade: a mecanização dos procedimentos, dados como adquiridos e pouco escrutinados por quem os utiliza.

<sup>13</sup> «Atacados devido a uma controversa apresentação de «factos», os jornalistas invocam a sua objectividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrânico põe um colar à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos» (Tuchman, 1999, 75).

## A via da interpretação

Pese embora estes importantes argumentos de desconstrução da objectividade, a consideração futura deste «paradigma» deverá conjugar uma série de factores, entre os quais, como referido, a consagração da «atitude interpretação», que privilegia o aprofundamento e contextualização dos factos.

O jornalismo objectivo era o *standard* até à década de 1950, data a partir da qual se começou a revelar desajustado para traduzir as transformações e os problemas políticos e sociais que proliferaram desde o final da II Guerra Mundial. «O jornalismo objectivo pode ser limitativo. Encoraja a passividade. O jornalista espera pelo desenvolvimento do acontecimento, que a autoridade fale. Não se arrisca por áreas que não sejam discerníveis ou mensuráveis. Não procura as profundezas do iceberg, mas estabelece-se nas pistas observáveis. Este tipo de jornalismo, com pouca capacidade de previsão, é incapaz de preencher o papel do jornalismo de dar ao público a informação na qual baseia as suas decisões» (Mencher, 1984, 62). Foi necessária uma alteração das práticas, no sentido do reforço do papel da interpretação no trabalho jornalístico, incorporando-se nos enunciados: a análise das causas e consequências, a contextualização dos acontecimentos, uma maior atenção às problemáticas do que aos acontecimentos, uma menor dependência dos relatos das autoridades e das versões oficiais. Um jornalismo menos passivo, portanto.

Santamaría Suárez e Casals Carro relevam precisamente três etapas de evolução do jornalismo, desde o jornalismo ideológico (até ao fim da I Guerra Mundial), passando pelo informativo (entre 1870 e o final da II Guerra Mundial), até ao interpretativo. A partir dos anos 50, o jornalismo reveste-se de um novo carácter: a profundidade. Este tipo de jornalismo «utiliza equilibradamente o comentário e o relato, mas situa-os numa nova perspectiva na qual o leitor encontra os juízos de valor situados de forma imediata ao lado da narração objectiva dos factos». Ao utilizar equilibradamente o relato e o comentário, o jornalismo interpretativo coloca estes dois géneros básicos numa nova perspectiva, favorecendo a prática de situar os factos num contexto, num *background* significativo, fortemente ancorado na documentação (Suárez e Carro, 2000, 18)<sup>14</sup>. O problema é que, assumindo-se que o jornalismo adopta uma atitude interpretativa, se dificulta ao mesmo tempo a distinção clara entre interpretação, que ainda navegará no universo do relato, e opinião, do domínio do comentário. As autores ressaltam que a interpretação e a opinião são duas atitudes diferentes perante os factos. O perigo para a credibilidade do jornalismo reside precisamente na confusão entre interpretação e opinião.

Para evitar confusões entre qualidades de objectividade e de subjectividade, as investigadoras procuraram validar esta distinção fundamentando-a na natureza dos juízos que se utilizam em ambas as atitudes. Deste modo, consideraram juízos interpretativos os analíticos, sintéticos, hipotéticos, e (parcialmente) disjuntivos<sup>15</sup>, enquanto os categóricos<sup>16</sup> têm uma natureza puramente opinativa e

<sup>14</sup> Lester Markel resumiu desta forma as conclusões de reuniões internacionais convocadas em 1951 por estudiosos do jornalismo de todo o mundo: a interpretação é um elemento básico nas tarefas informativas; a interpretação é um juízo objectivo apoiado nos antecedentes, conhecimento da situação e análise de um acontecimento; a interpretação é parte essencial das notícias (Suárez e Carro, 2000, 19).

<sup>15</sup> Os juízos disjuntivos formulam-se perante uma bifurcação em duas opções. Mas se se utilizam como admonição induzida para desaconselhar uma das opções, está-se perante uma «manifestação ideológica de carácter puramente opinativo» (Suárez e Carro, 2000, 20).

<sup>16</sup> São juízos fechados e explícitos. Julgam factos, pessoas ou situações. Podem subdividir-se em juízos de facto ou de realidade, juízos de intenções e juízos de valor (Suárez e Carro, 2000, 20-21).

subjectiva. «A narração dos factos baseada na explicação, contextualização, ilação, análise causal, síntese das consequências e aclaração dos conceitos não constitui um texto opinativo mas simplesmente interpretativo (...). O texto interpretativo orienta de outro modo que o texto opinativo: o interpretativo é aberto, o opinativo mais fechado. A diferença principal reside na utilização dos juízos: eles situam os limites entre a interpretação e a opinião» (Suárez e Carro, 2000, 21).

Ao analisar a evolução do jornalismo político norte-americano no século XIX, Michael Schudson concluiu que as raízes da «atitude interpretação» atravessam a emergência das próprias estruturas do lead e da pirâmide invertida, figuras típicas do jornalismo de agência, que seriam sinónimos de objectividade, na medida em que garantem o destaque do principal acontecimento numa linguagem seca e objectivadora, de onde seriam rasuradas as marcas de subjectividade do jornalista (Mesquita, 2003, 211).

No estudo «A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão», de 1982, o sociólogo norte-americano verifica que algumas das convenções das notícias mais familiares ao jornalismo moderno são inovações recentes e bastante reveladores da mutação da identidade profissional dos jornalistas. Schudson analisou a evolução da cobertura da mensagem do «State of the Union», apresentada anualmente pelo presidente dos EUA ao Senado e ao Congresso. Os relatos tomaram três formas básicas em pouco mais de um século: o registo stenográfico dos assuntos congressionais (1790-1850), uma cronologia e comentário sobre o ritual congressional (1850-1900), e a reportagem da mensagem, com ênfase crescente no seu conteúdo e nas implicações políticas de longo alcance (a partir de 1900). «Apesar da objectividade louvável do jornalismo, a reportagem da mensagem presidencial em cada período sucessivo tornou-se mais interpretativa, mais separada daquilo que um observador vulgar pudesse seguramente afirmar que a mensagem dizia ou que o Congresso ouvia» (Schudson, 1999, 281). Os relatos mostram, segundo o sociólogo, «que os jornalistas americanos consideram-se (...) analistas experientes do mundo político. Eles evidenciam igualmente que, embora como jornalistas eles estejam ligados a princípios de reportagem objectiva, eles vêem, no entanto, o seu papel como compreendendo alguma interpretação de actos políticos para um público mal equipado para descobrir por si próprio o significado dos acontecimentos» (Schudson, 1999, 281).

A via da interpretação, como novo caminho para ressitar a objectividade, fez escola nos documentos oficiais e nos próprios livros de estilo dos meios de comunicação social. A título ilustrativo, a Declaração de Princípios da UNESCO, de 1983, sustenta que a «tarefa fundamental do jornalista consiste em servir o direito do povo a uma informação verídica e autêntica através de uma aproximação honesta à realidade objectiva». Esta atitude caracterizar-se-á por necessidades de contextualização e de explicação, ou seja, de articulação fundada entre os factos, e pela capacidade criativa do jornalista (Mesquita, 2003, 213).

O *Livro de Estilo do Público* adopta igualmente a distinção entre opinião, interpretação, informação: «tal como não existe objectividade em estado puro, não existem nos textos jornalísticos fronteiras absolutas entre informação, interpretação e opinião. De qualquer modo, há três níveis essenciais na construção das peças: a apresentação dos factos, que podem ser a divulgação da opinião de terceiros – a informação; o relacionamento desses factos entre si – a interpretação; e o juízo de valor sobre esses factos – a opinião» (1998, versão electrónica).

O olhar subjectivo do jornalista está sobretudo presente na interpretação, mais característica dos géneros reportagem e inquérito; a distanciação e a imparcialidade serão o garante de que não

irá resvalar para a opinião<sup>17</sup>. Nos princípios e normas de conduta profissional do matutino, exige-se, por exemplo, o «tratamento distanciado e descomprometido de qualquer assunto», «rigor na terminologia com determinada carga semântica», «respeito integral pela relevância dos factos investigados, honestidade intelectual e defesa escrupulosa do interesse público», «distanciamento do jornalista perante os factos e as histórias que eles contem», «atitude independente e crítica perante todos os poderes e interesses estabelecidos» (1998, versão electrónica).

## Objectividade como atitude reflexiva

Além da evolução do conceito de objectividade jornalística no sentido da profundidade, ou seja, progredindo pela senda da interpretação, a consideração futura do conceito passará, em segundo lugar, por uma postura reflexiva face aos «estereótipos» que nos ajudam a dar familiaridade ao mundo.

A objectividade, na acepção cunhada pela filosofia a partir do século xvii, significa, em traços largos, a separação entre sujeito e objecto e uma relação de apropriação do segundo pelo primeiro, através das estruturas perceptivas e cognitivas do sujeito. Dois séculos mais tarde, a filosofia hermenêutica viria a desafiar esta cisão epistemológica, propugnando que o olhar objectivante e apropriador do sujeito é perturbado por um horizonte de compreensão partilhado por sujeito e objecto. O olhar do sujeito é sempre «contaminado» pela realidade que pretende objectivar, uma vez que pertence e foi formado nessa mesma realidade, com os seus preconceitos, heranças históricas, tradições, valores.

Apoiando-se particularmente em investigações empíricas das ciências sociais, Walter Lippmann propôs uma concepção de objectividade desafiadora do suposto epistemológico segundo o qual o relato da realidade é independente dos estados subjectivos daquele que percebe: «um relato é um produto conjunto do conhecedor e do conhecido, no qual o papel do observador é sempre selectivo e por vezes criativo. Os factos que vemos dependem do sítio onde estamos colocados, e dos hábitos dos nossos olhos» (Lippmann, 1992, 161) Os homens utilizam «estereótipos», «tipos e generalidades» que impõem ao mundo. «Na maior parte das vezes não vemos primeiro, e depois definimos, definimos primeiro e depois vemos. Na florescente e ruidosa (*blooming and buzzing*) confusão do mundo lá fora, pegamos naquilo que a nossa cultura já definiu para nós e tendemos a perceber aquilo que pegámos na forma estereotipada para nós pela nossa cultura» (Lippmann, 1992, 162).

Para Lippmann, a objectividade não pede que o indivíduo desista de todos os seus estereótipos (Cohen, 1992, 157). O indivíduo objectivo adopta uma atitude crítica reflexiva em relação às suas próprias opiniões. Está consciente dos seus estereótipos e da maneira como estes afectam a sua percepção. Através desta tomada de consciência, permanece aberto a possibilidades alternativas, vendo as suas opiniões como hipóteses que podem ser modificadas (Cohen, 1992, 157). Segundo Lippmann, a objectividade resulta de um processo de pensamento filosófico: «É o diálogo socrático, com toda a energia de Sócrates para partir das palavras para o significado» (Lippmann, 1992, 171).

<sup>17</sup> O *Livro de Estilo do Público* adita uma curiosa excepção: «A imparcialidade não é sinónimo de neutralidade quando estão em causa valores fundamentais da vida em sociedade. O Público e os seus jornalistas não se sentem obrigados a ser «imparciais» nos conflitos entre liberdade e escravidão, compaixão e crueldade, tolerância e intolerância, os direitos humanos e a pena de morte, democracia e ditadura, livre informação e censura, a paz e a guerra».

Neste processo, o estereótipo é objectivado e, por assim dizer, separado do sujeito, ressituido no mundo de onde emergiu. «O seu destino não está ligado ao meu, mas com o destino do mundo lá fora onde a minha acção tem lugar» (Lippmann, 1992, 173).

## O mesmo objecto, múltiplas perspectivas

Além dos factores interpretação e atitude reflexiva face aos «estereótipos» que afectam a visão da realidade, a objectividade tem, em terceiro lugar, como condição de possibilidade a pluralidade. Por outras palavras, o teste da realidade, e o respectivo processo de identificação, exige a presença de outros. Em *A Vida do Espírito*, Hannah Arendt assevera que tudo o que existe neste mundo pressupõe um expectador: «nada do que é, na medida em que aparece, existe no singular; tudo o que é está destinado a ser percebido por alguém» (Arendt, 1999, 29).

De acordo com a pensadora germano-americana, todos os objectos, porque aparecem, apontam para um sujeito e, «tal como cada acto subjectivo tem o seu objecto intencional, também cada objecto que aparece tem o seu sujeito intencional» (Arendt, 1999, 56). A certeza de que aquilo que apreendemos tem uma existência independente do acto de apreender, argumenta, depende de o objecto aparecer como tal a outros e ser confirmado por eles. Os homens aparecem no «mundo comum» em diferentes localizações, isto é, cada qual vê e ouve de uma posição diferente. Sob as condições do mundo comum, a realidade mundana é garantida pelo facto de, não obstante as diferenças de posição e a variedade de perspectivas que aí se originam, todos estarem relacionados com o mesmo objecto (Arendt, 1958, 57).

Num mundo de aparências, a realidade é garantida, entre outros factores, pelo facto de todos os seres dotados de sentido concordarem na identidade do objecto, embora o percepcionem segundo perspectivas totalmente diferentes (Arendt, 1999, 60-61).

## Conclusão: referencial de mínimos

Se a objectividade «em estado puro» não existe, esta poderá funcionar como uma espécie de ideal regulador, na acepção que Kant confere às ideias transcendentais da razão, que norteia a prática jornalista. Porém, ser objectivo não significa que o jornalista se dispa da sua subjectividade. A evolução do conceito de objectividade é paralelo à do próprio jornalismo. Ao lado da independência, da imparcialidade e do rigor, a objectividade poderá legitimamente ser associada ao trabalho criativo e responsável do jornalista, profissional adicionalmente capaz de oferecer uma perspectiva crítica da realidade sedimentada no seu conhecimento aprofundado das matérias que trata.

Como salienta Fernando Correia, deve existir no jornalista a constante preocupação em ser objectivo. «Como escreve Soloski, os jornalistas procuram relatar as notícias objectivamente, mas «a objectividade não significa que eles são observadores imparciais de acontecimentos como acontece com os cientistas sociais – mas que procuram e relatam os factos do modo mais imparcial e equilibrado possível». O reconhecimento da impossibilidade da absoluta objectividade, com efeito, não autoriza nenhuma atitude céptica justificadora de todo e qualquer subjectivismo» (Correia, 1997, 163).

Mário Mesquita, por seu turno, faz equivaler «conduta de objectividade» e «subjectividade de investigação», duas expressões tomadas do filósofo francês Paul Ricoeur. Isto significa que o jornalista está pessoalmente implicado na reconstrução e explicação dos acontecimentos (Mesquita, 2003, 214). «Postular uma atitude de objectividade não equivale a negar a subjectividade do jornalista, mas antes a implicá-la nesse dever referencial próprio da actividade jornalística. Tão pouco significa negar os limites à objectividade inerentes às dependências, aos ritmos e aos processos da produção jornalística, sujeitos a poderosos constrangimentos relacionados com o tempo e o espaço. (...) O «contrato de recepção» que o jornalista implicitamente celebra com o leitor pressupõe uma «conduta de objectividade» que o distinga do ficcionista, do actor de teatro e de cinema, do relações públicas e do publicitário. Sem esse «compromisso com o real», o jornalismo destrói a razão de ser da sua existência e dilui-se no vasto oceano dos outros géneros de comunicação» (Mesquita, 2003, 214).

A ancoragem em narrativas factuais, distintas das narrativas ficcionais, é igualmente sublinhada por Nelson Traquina. «A ideologia jornalística defende uma relação epistemológica com a realidade que impede transgressões de uma fronteira indubitável entre realidade e ficção (...). Certamente que as notícias são um produto centrado no referente onde a invenção e a mentira são violações das mais elementares regras jornalísticas» (Traquina, 2000, 35).

Mesmo escondendo a objectividade debaixo do tapete, como acontece actualmente, certo é que este princípio continua vivo de cada vez que se reflecte acerca da epistemologia jornalística. A acreditação dos jornalistas, por parte do público, como comunicadores de «verdades» implica a rejeição de qualquer subjectivismo estrito, conducente a um relativismo insuportável. Por outro lado, como enfatiza Mário Mesquita, os jornalistas, sem ressuscitarem racionalismos estreitos, nem positivismos ultrapassados, «devem permanecer ligados “ao modelo do realismo da representação”» (Mesquita, 2001, 59). Sobre os jornalistas impende um dever referencial que, parafraseando Adela Cortina, se pode traduzir como um referencial de mínimos.

## Bibliografia

- Amaral, Luiz (1996), *A Objetividade Jornalística*, Porto Alegre, Sagra-D.C. Luzzatto Editores.
- Arendt, Hannah (1958) *The Human Condition*, Chicago, The University of Chicago Press.
- , *A Vida do Espírito, Volume I – Pensar*, (1999), Lisboa, Instituto Piaget.
- , *Homens em Tempos Sombrios*, (1991), Santa Maria da Feira, Relógio d'Água.
- Bastener, Miguel Ángel (2001), *El Blanco Móvil. Curso de Periodismo*, Madrid, Ediciones El País.
- Cohen, Elliot D. (org.) (1992), *Philosophical Issues in Journalism*, New York/Oxford, Oxford University Press.
- Correia, Fernando (1997), *Os Jornalistas e as Notícias*, Lisboa, Editorial Caminho.
- Figueiras, Rita (2003), «O Espaço Opinião na imprensa de referência portuguesa: 1980-1999», in *Média & Jornalismo*, n.º 2, CIMJ, Coimbra, MinervaCoimbra, pp. 89-112.
- Glasser, Theodore L., «Objectivity and News Bias», Cohen, Elliot D. (org.), *op. cit.*, pp. 176-183.
- Hackett, Robert A. (1999), «Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objectividade nos estudos dos media noticiosos», in Traquina, Nelson (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»* (2.ª edição), Lisboa, Vega, pp. 101-130.
- Lippmann, Walter, «Stereotypes, Public Opinion, and the Press», in Cohen, Elliot D. (org.), *op. cit.*, pp. 161-175.
- Martínez-Albertos, José Luis (1998), «El Zumbido del Moscardón», in *Estudios de Periodística VI: Periodismo de Investigación*, Sociedad Española de Periodística, Universidad de Vigo, pp. 55-66.

- Mesquita, Mário (2002), «Factos, Acontecimentos e Eventos na Esfera Pública Contemporânea», *Actas dos VII Cursos Internacionais de Verão de Cascais*, Câmara Municipal de Cascais, Vol. 4, pp. 43-60.
- , (2003), *O Quarto Equívoco. O Poder dos Media nas Sociedades Contemporâneas*, Coimbra, Minerva Coimbra.
- Mencher, Melvin (1984), *News Reporting and Writing* (3.ª edição), Iowa, Wm. C. Brown Publishers.
- Público, *Livro de Estilo*, Fevereiro de 1998, versão electrónica.
- Schudson, Michael (1999), «A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão», in Traquina, Nelson (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»* (2.ª edição), Lisboa, Vega, pp. 278-293.
- Suárez, Luisa Santamaría, Carro, María Jesús Casals, (2000), *La Opinión Periodística. Argumentos y Géneros para la Persuasión*, Madrid, Editorial Fragua.
- Traquina, Nelson, et al. (2001), *O Jornalismo Português em Análise de Casos*, Lisboa, Editorial Caminho.
- , (org.), (1999), *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»* (2.ª edição), Lisboa, Vega.
- Wolf, Mauro (2002), *Teorias da Comunicação* (7.ª edição), Lisboa, Editorial Presença.
- Tuchmann, Gaye (1999), «A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas», in Traquina, Nelson (org.), *op. cit.*, pp. 74-90.

### Artigos de imprensa

- Fragoso, Ana, «Prostituição em Bragança não é um caso singular», in *Público*, 16/10/2003.
- Lúis, Filipe, «O país dos escândalos sexuais», in *Visão*, 16/10/2003.



## A ABORDAGEM DO ENQUADRAMENTO NOS ESTUDOS DO JORNALISMO

Os estudos do enquadramento, mais conhecidos na pesquisa em comunicação como abordagem do *framing*<sup>1</sup>, representam um dos paradigmas mais expressivos que a investigação do jornalismo conheceu nos últimos tempos. Esta abordagem tem como ponto de partida a utilização da noção de *frame* como conceito analítico do discurso jornalístico e dos seus mecanismos de produção de sentido nas sociedades contemporâneas. Apesar de contar já mais de duas décadas de evolução, contabilizando a partir dos trabalhos pioneiros de Gaye Tuchmann (1978) e Todd Gitlin (1980), não conhecemos na investigação nacional algum esforço teórico e/ou empírico que possamos considerar um exemplo desta corrente. Existem, é certo, referências mais ou menos vagas à noção de «frame», mas não encontramos nenhum estudo que se aproprie do conceito como ponto de referência para definir o quadro conceptual de uma investigação.

Tentamos, neste artigo, através da revisão de trabalhos desenvolvidos no âmbito do «framing», conhecer as origens e evolução desta abordagem nos estudos do jornalismo, demonstrando os diferentes sentidos com que o seu conceito central tem vindo a ser aplicado, com contributos importantes tanto no quadro das Teorias da Notícia como no das Teorias dos Efeitos. Pensamos, assim, poder contribuir para uma maior divulgação desta corrente e oferecer algumas referências de base para estimular futuros estudos nela inspirados.

<sup>1</sup> Traduzimos os termos «framing» e «frame» por «enquadramento», mas mantemos no texto em alguns casos os termos originais do inglês por uma questão de variedade.

## Origens de um conceito

Deve-se ao antropólogo e epistemólogo da comunicação anglo-americano Gregory Bateson a introdução da noção de «frame» nas ciências sociais e humanas. Num dos seus mais célebres *papers*, «A Theory of Play and Fantasy» (1954; 1972), Bateson analisa os «paradoxos de abstracção da comunicação verbal» (1972: 177), a nível metalinguístico e metacomunicativo, utilizando o termo «frame» como conceito psicológico que relaciona com a noção de «contexto». Para este autor, *enquadrar* significa delimitar um conjunto de mensagens (ou acções significativas) que adquirem sentido na situação partilhada pelos interlocutores. É o *enquadramento* que nos permite, por exemplo, distinguir simulação de realidade; distinguir o jogo do seu referente real.

A noção de «frame» apresenta-se, assim, como conceito central da possibilidade de abstracção da comunicação, operando ao nível da metacomunicação: é o enquadramento da situação que organiza a estrutura de sentidos das mensagens e acções. «Qualquer mensagem que explícita ou implicitamente defina um enquadramento – explica Bateson – *ipso facto* dá ao destinatário instruções ou ajudas na sua tentativa de perceber as mensagens inseridas no enquadramento. O inverso também é verdade. Toda a mensagem metacomunicativa ou metalinguística define, explícita ou implicitamente, o conjunto de mensagens sobre as quais comunica, *i.e.*, toda a mensagem metacomunicativa é ou define um enquadramento psicológico» (1972: 188).

Quando numa conversa com um amigo lhe dizemos «é mentira», depois de lhe termos apresentado uma situação drástica ou dramática, estamos, simultaneamente, a verbalizar e a definir o enquadramento que lhe vai permitir interpretar todas as mensagens anteriores como falsas. As mensagens vêem, neste caso, o seu sentido reconfigurado através da explicitação verbal de um enquadramento fornecido *a posteriori*.

Os enquadramentos psicológicos são – e esta vai ser uma ideia fundamental na aplicação do conceito nos estudos do jornalismo (Tuchmann, 1978; Entman, 1993) –, simultaneamente, exclusivos e inclusivos, pois, da mesma forma que incluem determinadas mensagens (ou acções significativas), excluem outras. Bateson sugere uma analogia com a moldura de uma fotografia: «A moldura à volta de uma imagem, se a considerarmos como uma mensagem para dar ordem ou organizar a percepção do observador, diz: «Toma atenção àquilo que está dentro e não tomes atenção àquilo que está fora». (...) A moldura diz ao observador que na interpretação da imagem não está a utilizar o mesmo tipo de pensamento que usa na interpretação do papel de parede» (1972: 187).

É esta dimensão do conceito como organizador e definidor da percepção da realidade que vai inspirar Erving Goffman na obra *Frame Analysis* (1974), onde o sociólogo pretende analisar a organização da experiência individual na interacção social do quotidiano. «[A definição de uma] situação é construída em concordância com princípios de organização, os quais governam os acontecimentos – pelo menos os sociais – e o nosso envolvimento subjectivo neles; “frame” é a palavra que utilizo para me referir a tais elementos básicos...», explica Goffman (1974: 10 e 11). Os enquadramentos funcionam como princípios básicos de organização das nossas experiências. Definem não só a forma como interpretamos as situações, mas também como interagimos com os outros. Estruturam, em síntese, a nossa experiência da realidade.

Apresentando-se como conceito com potencial de análise dos processos cognitivos nas mais diversas situações, a *frame analysis* torna-se uma prática transversal às ciências sociais e humanas, com aplicações em diferentes domínios disciplinares: psicologia, sociologia, linguística, musicologia,

filmologia, estudos literários... A generalização do uso trouxe uma imensa e variada literatura, que naturalmente redundou em aplicações da noção de «frame» com sentidos distintos e até incompatíveis (Fisher, 1997). O conceito assumiu uma «conceptualização difusa», como refere Robert Entman (1993: 51); o uso comum a que se presta a palavra também não ajuda à consistência conceptual. A transposição para os estudos do jornalismo não vai constituir uma excepção (Entman: 1993; Scheufele: 1999).

## «Frame» nos estudos do jornalismo

No seu estudo clássico das notícias como construção social de realidade, Gaye Tuchmann traz a noção de enquadramento para o estudo do jornalismo. «[As notícias são] uma janela para o mundo», descreve Tuchmann, que «pretendem dar-nos aquilo que queremos saber, necessitamos de saber e devemos saber» (1978: 1). A metáfora concentra em si a forma como a socióloga utiliza o conceito. As notícias são o próprio enquadramento, pois é através delas que construímos grande parte da nossa percepção do mundo e da nossa relação com ele.

As notícias produzem um «corte» artificial na realidade que passa, elevando ao estatuto de conhecimentos públicos apenas pequenas partes da multiplicidade de ocorrências do quotidiano social (1978: 7). São a «moldura» de Bateson; dizem-nos: «Toma atenção no que está dentro, porque é aquilo que precisas de saber e deves saber sobre o teu mundo». «Mas, como qualquer enquadramento que delimita o mundo – escreve Tuchmann –, o enquadramento das notícias pode ser problemático. A vista através de uma janela depende de a janela ser grande ou pequena, ter muitas ou poucas vidraças, de o vidro ser opaco ou transparente, de estar virada para a rua ou para as traseiras» (1978:1).

Este estudo de Tuchmann não tem como objectivo central explicar de que forma a realidade é enquadrada pelas notícias, ou como é que a nossa percepção da realidade pode ser definida pelas notícias. Orienta-se num sentido diferente, ainda que complementar: a abordagem etnometodológica da autora pretende explicar-nos as influências estruturais – das organizações, das rotinas de produção e da ideologia dos jornalistas – sobre a selecção e construção de notícias, ou seja, sobre a definição dos seus enquadramentos. Demonstra, por exemplo, de que forma a rede montada para garantir o processo de produção de notícias constitui um elemento determinante na construção social da realidade. «A rede de notícias – conclui a socióloga – impõe ordem no mundo social pois permite que os acontecimentos noticiosos ocorram em determinados locais, mas não noutros» (1978: 23). Trata-se essencialmente de uma perspectiva de análise estrutural da produção de enquadramentos, procurando explicações nos mecanismos institucionalizados no seio de um grupo profissional com valores e rotinas próprios da «acção de fazer notícias» (Tuchmann, 1978: 12).

Todd Gitlin, na sua obra *The Whole World is Watching* (1980), vai inspirar-se na noção de enquadramento de Tuchmann para analisar como é que uma realidade histórica concreta – o movimento estudantil da «nova esquerda» norte-americana nos anos 60 – foi influenciada pela acção dos media. Utiliza o conceito para perceber como é que os principais media reagiram à emergência do movimento; para compreender que acontecimentos, retóricas, temas e tons foram considerados merecedores de noticiabilidade ao longo dos tempos, e por que razões; para saber de que forma o próprio movimento se modificou (na sua estrutura, liderança, política, estratégia e tática) devido à interacção com os media (Gitlin, 1980:13).

«Os enquadramentos são princípios de selecção, ênfase, e de apresentação – define Gitlin – compostos por pequenas teorias tácitas sobre o que existe, o que ocorre e o que é relevante. (...) Os enquadramentos mediáticos são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, selecção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam rotineiramente o discurso, seja verbal ou visual» (1980: 6 e 7). Apresentam-se com uma dupla função: organizar o mundo para os jornalistas que o reportam – são eles que permitem aos jornalistas operacionalizar o processamento de grandes quantidades de informação – e para as audiências.

Uma das orientações substantivas do estudo de Gitlin concentra-se naquilo que designaríamos por *enquadramento temático* da realidade, ou seja, a análise dos temas mais destacados pelos media na cobertura de uma dada problemática, que se oferece aos jornalistas sempre com diferentes hipóteses de «selecção, ênfase e apresentação». Analisando a cobertura mediática das acções de protesto do Students for a Democratic Society (SDS), Gitlin explica a longa caminhada deste movimento até ser considerado merecedor de noticiabilidade, o que sucede cinco anos após a sua criação, com a organização da grande Marcha sobre Washington contra a guerra do Vietname, a 17 de Abril de 1965. Conquistar a atenção da agenda jornalística não significou, no entanto, uma maior legitimação social do movimento, pois os enquadramentos temáticos iniciais reflectiram de perto as concepções da ideologia dominante sobre a contestação social em curso (Gitlin, 1980: pp. 21-31). A tese de Gitlin demonstra como o enquadramento da realidade nos media não se processa de forma ideologicamente neutra, como sugerem as concepções profissionais da acção jornalística (Cf. Traquina, 2002).

No estudo de Tuchmann sobressai uma análise das notícias, elas próprias, enquanto construção social. No estudo de Gitlin, sobressai uma análise da influência das notícias na construção social de uma realidade histórica. São operacionalizações complementares do mesmo conceito, mas que nos ajudam ambas a compreender por que razões «as notícias são como são», redundando em importantes contributos para o domínio específico das Teorias da Notícia (Cf. Sousa, 2000).

## Um paradigma para o estudo dos efeitos

A história da investigação sobre a problemática dos efeitos dos media é caracterizada por profundas alterações paradigmáticas. Na sua obra monumental sobre as teorias da comunicação, Denis McQuail dá início ao capítulo dedicado à questão dos efeitos sublinhando, precisamente, a controvérsia que a problemática suscita na investigação e a contradição entre as percepções do senso comum com alguns postulados teóricos de determinadas correntes de investigação. «Todo o estudo da comunicação de massas assenta na premissa de que os media têm efeitos significativos», afirma McQuail, «apesar de existir pouco consenso sobre a sua natureza e extensão. Esta incerteza é tanto mais surpreendente quanto a experiência de todos os dias providencia exemplos numerosos, mesmo se menores, da existência de influência» (2003: 422).

O autor identifica quatro etapas de evolução da pesquisa sobre os efeitos dos media. A primeira, desde o início do século xx até finais dos anos 30, muito influenciada pela experiência da propagação da Primeira Grande Guerra, desenvolve-se sobre um modelo que atribui uma capacidade ilimitada de influência dos media sobre as opiniões, as atitudes e os comportamentos. É o período

marcado pela teoria hipodérmica, que vai buscar fundamentos teóricos à psicologia behaviorista e à teoria da sociedade de massa (Esteves, 2002; Wolf, 1992). No início dos anos 40, inicia-se um período de revisão dos pressupostos da teoria dos efeitos ilimitados, cuja evolução resulta no «paradigma dominante» do estudo dos efeitos até aos anos 60 (Cf. Gitlin, 1978; Noelle-Neumann: 1983). O «novo paradigma» valoriza o papel da influência pessoal e do complexo de relações sociais na mudança das opiniões e atitudes dos indivíduos, limitando a influência dos media à produção de um efeito de reforço das predisposições individuais. É a fase marcada pela teoria dos efeitos limitados, consubstanciada no famoso modelo «two-step flow of communication» de Paul Lazarsfeld e Elihu Katz (Cf. Katz: 1957). A terceira etapa caracteriza-se pela procura de outros tipos de efeitos sociais dos media, os efeitos cognitivos a longo prazo (Cf. Saperas: 2000). Nesta fase destacam-se as abordagens da Teoria da Espiral do Silêncio (Noelle-Neumann, 1973) e da Teoria do Agendamento (McCombs e Shaw, 1972), que recuperam a noção dos media todo-poderosos. No início dos anos 80, inicia-se uma nova etapa, que McQuail apelida de «construtivismo social», com abordagens que combinam as duas perspectivas, reconhecendo, simultaneamente, capacidades limitadas e poderosas nos efeitos dos media.

A abordagem do enquadramento vai inserir-se nesse paradigma emergente do estudo dos efeitos (Gamson e Modigliani: 1989). Sustenta, por um lado, que os media exercem a sua influência como entidades centrais na construção social da realidade nas sociedades contemporâneas, pela definição dos enquadramentos através dos quais as imagens da realidade são interpretadas pelos indivíduos; mas ressalva, por outro, que os efeitos são «mediados» na interacção entre os media e os indivíduos e que as mensagens não podem ser consideradas como estímulos com a possibilidade de obter reacções universais e homogéneas. Sugere-se, em síntese, uma noção de «influência negociada» dos media, como observa McQuail:

«Este paradigma emergente dos efeitos tem dois aspectos principais. Primeiro, os media “constroem” formações sociais e mesmo a própria história, ao fixarem imagens da realidade (na ficção como nas notícias) de formas previsíveis e padronizadas. Em segundo lugar, as pessoas nas audiências constroem para si próprias a sua visão da realidade social e o seu lugar nela, em interacção com as construções simbólicas oferecidas pelos media.» (2003: 427)

Os indivíduos não estão absolutamente expostos à influência dos media. Eles mobilizam para o processamento e interpretação da realidade social a sua experiência directa, a interacção com os seus pares e desenvolvem interpretações selectivas das mensagens dos media. Os enquadramentos mediáticos são apenas parte do processo através do qual os indivíduos constroem a sua percepção da realidade social (Gamson e Modigliani, 1989: 2). A produção de efeitos resulta de uma relação recíproca entre os enquadramentos mediáticos – cuja definição também é resultado da interacção dos jornalistas com os promotores e fontes das notícias –, e os enquadramentos ou esquemas de pensamento das audiências (Entman, 1991: 7).

Podemos ver nesta abordagem a síntese de alguns frutos de 100 anos de estudo sobre a problemática dos efeitos, com aquisições conceptuais importadas tanto dos modelos que desvalorizam a influência dos media como daqueles que tendem a valorizá-la. Identificamos facilmente, por exemplo, a incorporação do conceito de *exposição selectiva* herdado dos estudos da persuasão e da teoria dos efeitos limitados; ou o conceito de *transferência de relevância* proposto pela teoria do agendamento como fórmula explicativa do primeiro nível de efeitos do *agenda-setting*.

A noção de «influência negociada» sugerida pelo modelo interaccionista não deve, no entanto, ser entendida como posição relativista do poder dos media. A abordagem do «framing» parte do postulado de que os enquadramentos dos textos comunicativos (notícias, discursos, romances...) podem exercer uma forte influência sobre as opiniões, atitudes e decisões dos indivíduos (Entman, 1993: 51). Um dos exemplos mais utilizados pelos teóricos desta corrente para demonstrar o poder do enquadramento vem da psicologia cognitiva, numa experiência realizada por Daniel Kahneman e Amos Tversky (1984), na qual os dois investigadores confrontaram os seus inquiridos com a resolução do seguinte problema (Cf. Iyengar, 1991: 12; Entman, 1993: 53):

«Imagine que os Estados Unidos estão a preparar-se para a emergência de uma epidemia asiática rara, que se espera que venha a matar 600 pessoas. São propostos dois programas alternativos para combater a epidemia. Assuma que estimativas científicas exactas apontam as seguintes consequências:

Se o programa A for adoptado, 200 pessoas serão salvas.

Se o Programa B for adoptado, há um terço de probabilidade das 600 pessoas serem salvas e dois terços de probabilidade de nenhuma pessoa ser salva.

A qual dos dois programas será favorável?»

Neste teste, 72 por cento dos indivíduos escolhem o Programa A; 28 por cento escolhem o Programa B. Numa experiência seguinte com outros inquiridos, são colocadas opções idênticas para solucionar a mesma situação, mas verbalmente enquadradas em termos de mortes prováveis e não de vidas salvas:

«Se o programa C for adoptado, 400 pessoas morrerão.

Se o Programa D for adoptado, há um terço de probabilidade de ninguém morrer e dois terços de probabilidade de 600 pessoas morrerem.»

As percentagens invertem-se: o Programa C foi escolhido por 22 por cento dos indivíduos, enquanto o Programa A tinha sido escolhido por 72 por cento; o Programa D recolheu a preferência de 78 por cento dos inquiridos, enquanto o idêntico Programa B recebeu apenas 28 por cento.

Este exemplo demonstra como o enquadramento pode influenciar as formas como a maioria das pessoas percebe, compreende e memoriza um problema, bem como o avalia e escolhe agir sobre ele. «A noção de “framing” – conclui Entman – implica que o “frame” tem um efeito comum em largas proporções junto da audiência destinatária, apesar de não provocar um efeito universal» (1993: 54).

## O modelo interaccionista

Para termos uma noção do modelo interaccionista de produção de efeitos, seguimos a proposta de Robert Entman (1993), que parte da seguinte definição do conceito de enquadramento:

«O *framing* essencialmente envolve selecção e saliência. Enquadrar é seleccionar alguns aspectos de uma realidade percebida e torná-los mais salientes num texto comunicativo, de forma a promover uma definição particular de um problema, uma interpretação causal, avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito.» (Entman, 1993: 52)

Com base nesta definição, são identificadas quatro funções do enquadramento: *definir problemas, diagnosticar causas, fazer julgamentos morais e sugerir soluções*. Entman defende que uma simples frase pode desempenhar mais do que uma destas funções de enquadramento, inclusive as quatro, embora a maioria das frases de um texto não desempenhe nenhuma delas (Entman, 1993: 52).

O enquadramento como processo de interacção social pode ser analisado considerando quatro instâncias intervenientes na produção de sentido. Os *comunicadores*, que produzem consciente ou inconscientemente julgamentos de enquadramento quando decidem aquilo que vão dizer, guiados por enquadramentos que organizam o seu sistema de crenças. O *texto* produzido pelos comunicadores, onde se imprimem os enquadramentos de forma mais ou menos consciente, manifestando-se pela presença ou ausência de determinadas palavras-chave, imagens estereotipadas, fontes de informação e frases que promovem o reforço temático de conjuntos de ideias ou de juízos, formando uma espécie de argumento dos enquadramentos. O *receptor*, que na interacção com o texto mobiliza os seus enquadramentos próprios – o resultado pode reflectir ou não os enquadramentos do texto e a intenção de enquadramento do comunicador. Por último, a *cultura*, que consiste no «stock» de enquadramentos comuns invocados nas instâncias anteriores, pois constitui a origem dos enquadramentos exibidos no discurso e pensamento da maioria dos indivíduos de um determinado grupo social (Entman, 1993: 53).

O enquadramento desempenha funções semelhantes nas quatro instâncias de interacção. No caso particular dos enquadramentos mediáticos, será útil distinguir na primeira instância dois tipos de comunicadores, que representam dois níveis de enquadramento distintos a considerar: os *protagonistas da acção jornalística* e os *jornalistas*, que assumem posições diferentes no processo de definição de enquadramentos, sendo que os primeiros não só tentam mobilizar os segundos para a inclusão dos problemas que lhes interessam na agenda jornalística, mas também estruturam o seu «texto comunicativo» de forma a condicionar ou influenciar os enquadramentos dos segundos (Cf. Molotch e Lester, 1974). A comunicação política será o domínio onde mais facilmente poderemos encontrar evidências desta competição pela definição dos enquadramentos mediáticos através dos mais diversos processos de *news management* (Bennett, 2001: 113-147).

Embora se trate de uma descrição básica do modelo interaccionista, a sistematização de Entman permite-nos ter uma primeira noção da amplitude do processo de enquadramento e da diversidade de níveis a que podemos colocar a sua análise. Prossegui-lo implica cruzar duas dimensões: por um lado, a análise dos enquadramentos mediáticos e dos seus contextos de produção; por outro, a análise dos seus efeitos junto das audiências. Identificamos, assim, uma íntima relação com o *modelo codificação e descodificação* de Stuart, pois a problemática dos efeitos dos media é pensada como um circuito complexo com diferentes momentos que se interligam numa estrutura de produção de sentidos. O modelo interaccionista pensa o processo de produção de efeitos como «complexa estrutura em dominância», como sugere Stuart Hall, «sustentada através da articulação de práticas conectadas, em que cada qual, no entanto, mantém sua distinção e tem a sua modalidade específica, suas próprias formas e condições de existência» (1980; 2003: 1).

Podemos encontrar um bom exemplo de aplicação do «framing» como paradigma dos efeitos dos media no trabalho de Shanto Yengar, um dos investigadores mais destacados desta corrente. Num estudo sobre o enquadramento mediático dos assuntos políticos pela televisão, o professor da Stanford University divide a análise das notícias em duas categorias de enquadramento distintas: *episódicas* – peças televisivas centradas no acontecimento e seus protagonistas; e *temáticas* – notícias centradas na problemática, com maior grau de abstracção e contextualização (Cf. Iyengar, 1994: 14). O objectivo

central do investigador consiste em tentar demonstrar como é que estes dois tipos de enquadramento podem influenciar directamente a forma como as audiências tendem a atribuir as responsabilidades dos problemas políticos. Paralelamente à análise de conteúdo das notícias, Iyengar vai desenvolver experiências de campo como grupos de foco para estudar os efeitos de notícias com enquadramentos manipulados, que complementa com uma análise de inquéritos nacionais. Os temas em estudo são o crime, o terrorismo, a pobreza, o desemprego e as desigualdades raciais.

Iyengar conclui que, embora se registe pouca consistência na forma como os inquiridos interpretam os diferentes temas, as atribuições de responsabilidade foram sensíveis às duas formas de enquadramento, excepto no caso do desemprego (Iyengar, 1994: 127). Os enquadramentos temáticos estimularam mais as atribuições de responsabilidade ao governo e à sociedade, enquanto as notícias com enquadramentos episódicos suscitaram um maior índice de atribuições de responsabilidade a factores individuais. Trata-se, assim, de um exemplo que estabelece uma relação directa entre determinadas propriedades das notícias e os seus efeitos nas audiências, entre os momentos de codificação e descodificação.

## Superação do «paradigma fragmentado»

Um dos problemas que se colocam à abordagem do «framing» como paradigma do estudo dos efeitos é o seu carácter fragmentado, resultado da amplitude que a problemática pode assumir e, por consequência, da própria dificuldade em explicar exactamente como é que os enquadramentos podem gerar efeitos (McQuail, 2003: 460). «Apesar de uma omnipresença transversal às ciências sociais e humanas – afirma Entman –, não existe uma teorização geral que demonstre exactamente como é que os enquadramentos se incrustam e se manifestam num texto, ou como é que influenciam o pensamento» (1993:51). A ausência de um quadro teórico conceptual comum às pesquisas do «framing» impede, por exemplo, a comparação de resultados empíricos entre diferentes estudos, o que constitui um obstáculo à progressão do modelo (Scheufele, 1999).

Alguns teóricos do «agenda-setting», por exemplo, consideram o «framing» uma evolução da teoria do agendamento, que se funde com esta na investigação de um *segundo nível de efeitos*, que sugere, além da *transferência de relevância* (primeiro nível de efeitos: agenda temática), também a existência de uma outra agenda, que designam por *agenda de atributos*. Este segundo momento dos efeitos do «agenda-setting» resultará da transferência de atributos com que os acontecimentos e protagonistas são apresentados (ou enquadrados) no discurso jornalístico para a forma como os indivíduos vão processar a informação e, conseqüentemente, pensar sobre esses objectos noticiosos (McCombs e Shaw, 1993). «Tanto a selecção de objectos – sustentam McCombs e Shaw – para atrair a atenção como a selecção dos enquadramentos para pensar sobre esses objectos são tarefas poderosas do agendamento» (1993: 131). A evolução da teoria do agendamento, desde o início dos anos 90, tem sido marcada pela compreensão deste segundo tipo de efeitos do «agenda-setting». Os estudos do enquadramento podem trazer aqui contributos importantes, e há mesmo alguns autores que utilizam em conjunto os conceitos de «framing», «agenda-setting» e «priming» na investigação dos efeitos dos media (Cf. Iyengar, Simon, 1993).

Numa tentativa de organizar e superar a fragmentação conceptual que atravessa a abordagem do *framing*, Dietram Scheufele (1999) propõe um modelo metateórico para a sistematização das

diferentes perspectivas e dos diferentes níveis de análise que podem ser considerados na prossecução do modelo interaccionista. Uma vez que os enquadramentos mediáticos constituem, simultaneamente, esquemas para a apresentação e interpretação das notícias, as pesquisas poderão considerar, a um primeiro nível, duas dimensões diferentes de enquadramento: a) os *enquadramentos mediáticos (media frames)*, que conferem uma unificação de sentido a um conjunto de acontecimentos desempenhando as quatro funções identificadas por Entman (1993); e, por outro lado, b) os *enquadramentos individuais (individual frames)*, constituídos pelos conjuntos de ideias preexistentes que guiam os indivíduos no processamento da informação.<sup>2</sup>

A tipologia de Scheufele considera ainda, a um segundo nível, outra perspectiva de orientação complementar, baseada no estudo dos tipos de factores que influenciam a definição de enquadramentos. O autor identifica, por um lado, estudos que analisam os enquadramentos como a) *variáveis dependentes* e, por outro, estudos que consideram os enquadramentos como b) *variáveis independentes*. Tomando como exemplo a análise dos enquadramentos mediáticos, os estudos do «framing» podem então orientar-se no sentido de identificar de que forma estes dependem de diversos factores, como os constrangimentos organizacionais, as rotinas produtivas ou a própria ideologia profissional, ou considerar os enquadramentos mediáticos como variáveis independentes, orientando-se para a análise da forma como diferentes tipos de enquadramentos mediáticos podem influenciar a percepção individual dos acontecimentos.<sup>3</sup>

*Tabela 1*  
**Tipologia das Pesquisas do Enquadramento**  
(segundo Scheufele, 1999)

4 perspectivas complementares de análise dos enquadramentos	
Enquadramentos mediáticos	Variáveis dependentes
Enquadramentos individuais	Variáveis independentes

<sup>2</sup> A pensar na aplicação do modelo nos estudos de comunicação política, Scheufele sugere ainda, dentro dos enquadramentos individuais, uma subcategorização, considerando dois enquadramentos de referência distintos no processamento da informação: b') *opiniões políticas gerais de longo prazo (long-term political views)*, resultantes de determinadas características da personalidade dos indivíduos, que exercem uma influência limitada na percepção e interpretação dos problemas quotidianos; e b'') *enquadramentos temáticos específicos (issue-related frames)*, relacionados com os temas específicos que constituem opiniões políticas de curto prazo, mas que podem exercer uma influência significativa na construção de sentido e na resposta à informação (Scheufele, 1999).

<sup>3</sup> Dietram Scheufele sugere para a análise dos enquadramentos como variáveis dependentes e independentes as seguintes questões de orientação, que poderão ajudar a uma melhor compreensão dos conceitos:

«*Enquadramentos mediáticos como variáveis dependentes:*

Q1: Que factores influenciam a forma como os jornalistas ou outros grupos sociais definem o enquadramento de determinados assuntos?

Q2: Como é que este processo funciona e, como resultado, quais são os enquadramentos que os jornalistas utilizam?

*Enquadramentos mediáticos como variáveis independentes:*

Q3: Que tipos de enquadramentos mediáticos influenciam a percepção das audiências em relação a determinados assuntos e como é que este processo funciona?

*Enquadramentos individuais como variáveis dependentes*

Q4: Quais os factores que influenciam a criação de enquadramentos individuais de referência, ou os enquadramentos individuais são simples replicações dos enquadramentos mediáticos?

Q5: Como é que os membros da audiência podem desempenhar um papel activo na construção de sentido ou na resistência aos enquadramentos mediáticos?

*Enquadramentos individuais como variáveis independentes:*

Q6: Como é que os enquadramentos individuais influenciam a percepção individual dos assuntos?» (Scheufele, 1999: 108).

«Classificar e avaliar estudos do enquadramento baseados nesta tipologia não é tarefa fácil», adverte o autor; «certos estudos podem cair em mais de uma célula» (Scheufele, 199: 109). As abordagens do *framing* tendem a focalizar-se num destes níveis de enquadramento, embora também possam combinar diferentes perspectivas, conferindo através de análises multinível uma maior consistência ao estudo no âmbito de uma teoria dos efeitos.

## Discussão

Os estudos de Tuchmann (1978) e Gitlin (1980), seguindo a tipologia de Scheufele, não suscitam grandes dúvidas de classificação. São claramente abordagens dos *enquadramentos mediáticos enquanto variáveis dependentes*. Os dois autores assumem pressupostos fortes sobre o «poder dos media», reconhecendo-lhes uma influência decisiva na forma como construímos a experiência do mundo que está além das nossas vivências directas, mas não têm como missão explicar como é que esse processo de influência ocorre; como é que os enquadramentos mediáticos podem influenciar directamente as nossas formas de processar e pensar a realidade. Gitlin desvaloriza mesmo a pesquisa sobre os «efeitos», numa posição similar à da abordagem funcionalista das comunicações de massa de finais dos anos 40 (Cf. Lazarsfeld e Merton, 1948), interrogando-se sobre se é possível medir o impacto de uma força social omnipresente em toda a vida social e que desempenha um papel central na sua constituição (1980: 9).

A proposta de Scheufele tem o mérito inquestionável de nos fornecer uma perspectiva global sobre os estudos do enquadramento, mapeando o terreno de investigação da corrente e os diferentes sentidos de pesquisa em que podemos seguir. A dúvida que levantamos reside apenas em saber se esta perspectiva global, motivada pela busca de uma maior consistência teórica, mas também de legitimação e afirmação de uma corrente, não correrá o risco de se tornar excessivamente integradora. Ao tentar organizar a abordagem do «framing» segundo a óptica da problemática dos efeitos, pode-se estar a confundir abordagens teóricas diferentes – ainda que nalguns pontos possam ser complementares –, cujas aquisições deverão ser lidas em função das suas orientações específicas.

Na abordagem do «framing», identificamos, por um lado, estudos orientados para a explicação sociológica do funcionamento do campo jornalístico e dos seus mecanismos de produção de sentido. E, por outro, estudos que têm uma orientação determinada pela explicação dos efeitos dos media noticiosos. Embora sejam abordagens complementares, com algumas hipóteses de cruzamento, os primeiros têm de ser lidos no contexto das Teorias da Notícia, enquanto os segundos no domínio específico das Teorias dos Efeitos.

Apesar de todas as discussões em torno dos estudos do «framing», mais de 20 anos de investigação demonstram as virtudes teóricas e analíticas desta abordagem, com contributos importantes para a evolução do nosso conhecimento sobre as notícias e seus efeitos sociais. Sem querer sugerir qualquer espécie de hegemonia paradigmática, pensamos que podemos encontrar nesta corrente um bom ponto de apoio para informar muitos dos estudos empíricos que hoje se fazem em Portugal.

## Referências bibliográficas

- Bateson, Gregory (1972). *Steps to an Ecology of Mind*, Northvale, New Jersey, London, Jason Aronson Inc.
- Bennett, W. Lance (2001). *The Politics of Illusion*, New York, Longman.
- Entman, Robert (1991). «Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents», in *Journal of Communication*, 41(4), pp. 6-27.
- Entman, Robert (1993). «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm», in *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.
- Esteves, João Pissarra (2002). «O Estudo dos Meios de Comunicação e a Problemática dos Efeitos», in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa, Centro de Investigação Media e Jornalismo, Livros Horizonte, 2002, pp. 13-31.
- Fisher, Kimberly (1997). «Locating Frames in the Discursive Universe», *Sociological Research Online*, 2(3), <http://www.socresonline.org.uk/2/3/4.html>. 30 de Setembro.
- Gamson, William A. e Modigliani, Andre. «Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach», in *The American Journal of Sociology*, Vol. 95 Nº1, pp. 1-37.
- Gitlin, Todd (1978). «Sociologia dos Meios de Comunicação Social», in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa, Centro de Investigação Media e Jornalismo, Livros Horizonte, 2002, pp. 13-31.
- Gitlin, Todd (1980). *The Whole World is Watching*, Berkeley e Los Angeles, University of California Press.
- Goffman, Erving (1974). *Frame Analysis*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press (3ª edição: 1976).
- Hall, Stuart (1980). «Codificação/Decodificação», in Liv Sovik (org.), *Da Diáspora – Identidades e Mediações Culturais*, Belo Horizonte, Editora UFMG e Representação da UNESCO no Brasil, 2003, pp. 387-404.
- Iyengar, Shanto (1991). *Is Anyone Responsible?*, Chicago e Londres, The University of Chicago Press.
- Iyengar, Shanto e Simon, Adam (1993). «News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion, in *Communication Research*, Vol. 20, Nº 3, pp. 365-383.
- Katz, Elihu (1957). «O Fluxo Comunicacional em Dois Níveis: Memória Atualizada de uma Hipótese», in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa, Centro de Investigação Media e Jornalismo, Livros Horizonte, 2002, pp. 61-78.
- Lazarsfeld, Paul e Merton, Robert (1948). «Comunicação de Massa, Gosto Popular e acção Social Organizada», in AAVV, *A Indústria da Cultura*, Lisboa, Editora Meridiano, 1971, pp. 233-259.
- McCombs, Maxwell e Shaw, Donald (1972). «A Função de Agendamento dos Media», in Nelson Traquina (org.), *O Poder do Jornalismo*, Coimbra, MinervaCoimbra, 2000, pp. 47-61.
- McCombs, Maxwell e Shaw, Donald (1993). «A Evolução da Pesquisa Sobre o Agendamento», in Nelson Traquina (org.), *O Poder do Jornalismo*, Coimbra, MinervaCoimbra, 2000, pp. 125-135.
- McQuail, Denis (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Molotch, Harvey e Lester, Marilyn (1974). «As Notícias como Procedimento Acidental: Acerca do Uso Estratégico de Acontecimentos de Rotina, Acidentes e Escândalos», in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias»*, Lisboa, Veja, 1993.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1983). «Os Efeitos dos Meios de Comunicação na Pesquisa Sobre os seus Efeitos», in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa, Centro de Investigação Media e Jornalismo, Livros Horizonte, 2002, pp. 151-157.
- Saperas, Enric (2000). *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas*, Porto, Edições Asa (2ª edição).
- Scheufele, Dietram A. (1999). «Framing as a Theory of Media Effects», in *Journal of Communication*, 49 (1), pp. 103-122.
- Sousa, Jorge Pedro (2000). *As Notícias e os seus Efeitos*, Coimbra, MinervaCoimbra.
- Traquina, Nelson (2002). *Jornalismo*, Lisboa, Quimera.
- Tuchmann, Gaye (1978). *Making News*, New York e London, The Free Press (1ª edição paperback: 1980).
- Wolf, Mauro (1992). *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Editorial Presença (2ª edição).



## **DA REALIDADE À FICÇÃO: A COBERTURA NOTICIOSA DA GUERRA NO IRAQUE**

«Como é que Bush em tão pouco tempo manchou o grande e bom nome dos Estados Unidos da América que representava liberdade e liderança – um legado que demorou dois séculos a estabelecer?». Graydon Carter, editor da *Vanity Fair*, na edição de Maio passado, põe esta questão aos seus leitores e recomenda-lhes que para saberem a resposta devem aliar à habitual leitura dos jornais americanos a leitura de diários estrangeiros. Porquê?

Com a invasão do Iraque, em Março do ano passado, as fontes oficiais americanas dominaram os noticiários televisivos, enquanto os seus oponentes foram subrepresentados. Segundo um estudo da *Fairness and Accuracy in Reporting*, de todos os programas de televisão analisados 68% das fontes foram oficiais e 71% eram a favor da guerra. Apenas 3% das fontes que contribuíram para as reportagens televisivas estavam contra a invasão do Iraque (ver quadro 1).

Durante três semanas 1.617 fontes que contribuíram para a informação televisiva foram estudadas. Conclui-se que a grande maioria era militar e dos Estados Unidos.

Perante o que foi dito perguntámo-nos: Será que sobre a intervenção dos Estados Unidos no Iraque percebemos pelos media a realidade do que se passava ou uma mera construção desta?

Aquilo que Bourdieu classifica de retórica da «objectividade» e da «neutralidade» do campo jornalístico não é, de facto, mais do que isso, retórica, isto é, uma psicagogia com finalidades persuasivas. E a retórica, ensina Sócrates a Fedro, é capaz de enganar sobretudo naquelas matérias em que «a opinião da multidão é necessariamente flutuante».

**Sara Pina**

Universidade Lusófona de Humanidades e  
Tecnologias

Quadro 1

Programa	Fontes Oficiais	Pró-Guerra	Anti-Guerra
Todos os programas	68%	71%	3%
ABC World News Tonight	66%	69%	3%
CBS Evening News	75%	7%	- de 1%
CNN Wolf Blitzer Reports	4%	68%	3%
Fox Special Reports	70%	81%	3%
NBC Nightly News	60%	65%	4%
PBS News Hour	65%	66%	3%

Toda a descrição jornalística é, necessariamente, construção. Ou, dito por outras palavras, o discurso (jornalístico) não é, como escreve Adriano Duarte Rodrigues, «uma mera representação das coisas (...) passível de ser apreciada apenas em termos de adequação ou de não adequação às coisas referenciadas». Ele importa sempre «um ponto de vista singular, o do enunciador, ponto de vista que não é nunca da ordem da constatação mas da situação contingente dos interlocutores e da sua relação recíproca».

A esta questão haveria, pois, que acrescentar ainda, simultaneamente, a da recepção. Com efeito, o acto de recepção não é, também ele, neutro ou passivo, é um fenómeno social complexo de reelaboração mais ou menos profunda e mais ou menos crítica das mensagens jornalísticas ou mediáticas, que fica, no entanto, de fora dos escassos limites do presente trabalho.

O objectivo deste é apenas o de procurar identificar alguns dos modos como a realidade é construída no discurso dos media, particularmente no dos mass media, com especial relevo para a televisão, e como, posteriormente, e em retorno, essa construção opera por sua vez sobre a realidade, construindo-a.

## Introdução

No século xx foram postos definitivamente em crise os valores de adequação e de verdade objectiva que presidiam ao discurso científico tradicional, em particular o das ciências físicas ou da natureza.

A conhecidíssima experiência virtual chamada do «gato de Schroedinger» (tantas vezes citada que Stephen Hawking chegou a afirmar que, quando ouvia falar do gato de Schroedinger, puxava da pistola...) constitui um paradigma acerca da relação entre observador e observado, aquele que conhece e aquilo que é conhecido, e acerca da impossibilidade teórica de o discurso científico se limitar a, como dizia Mallarmé., «fazer pleonasma com o mundo». A experiência é, grosso modo, a seguinte: Schroedinger imagina um gato fechado numa caixa contendo um contador Geiger e uma pequeníssima quantidade de material radioactivo, tão pequena que, no decurso de uma hora, um dos seus átomos... talvez decaia ou talvez não, havendo exactamente 50% de probabilidades para cada uma das hipóteses. Se o átomo decair, desencadeará um mecanismo irreversível: o contador Geiger disparará e accionará um martelo que partirá um frasco com um gás letal, envenenando o gato. Aguarda-se uma hora e põe-se então a interrogação: o gato está morto ou está vivo? A resposta de Schroedinger é que apenas depois de a caixa ter sido aberta é que o gato estará morto ou vivo, até

lá não está morto nem vivo, ou está morto e vivo ao mesmo tempo. Isto é, um fenómeno só é verdadeiro após ter sido observado. Mais: só após haver consciência da observação, pois que a situação será exactamente a mesma se, por exemplo, houver uma câmara dentro da caixa filmando o que lá se passa, mas nenhuma consciência conhecer o que essa câmara observou. O que podemos saber sobre a realidade é, pois, filtrado sempre pela consciência de um observador. No fundo, pela sua memória, linguagem, cultura. E pelos próprios instrumentos de observação disponíveis. Tudo isso condiciona a observação e interfere no observado, questionando a possibilidade de um saber científico inteiramente objectivo e neutro em relação às circunstâncias históricas do observador e da observação.

Tal problemática põe-se naturalmente com mais pertinência ainda no campo das ciências sociais, cujo objecto, ao contrário do das ciências físicas, é muito mais flutuante e instável. E, por acrescidas razões, no campo jornalístico.

### **O moderno espaço público mediatizado. Breve caracterização.**

O conceito de «espaço público» foi formulado por Habermas para caracterizar o aparecimento, na Europa iluminista do século XVIII, de uma elite burguesa pouco numerosa e homogénea social e culturalmente, que se reunia em círculos de debates nos clubes e nos salões, assumindo, com apoio da imprensa da época, uma função mediadora entre o Estado e a sociedade civil. Tal conceito, no entanto, alterou-se profundamente com o desenvolvimento das democracias de massas e o crescente relevo do papel da comunicação social. Hoje pode falar-se, com Dominique Wolton, de um «espaço público mediatizado», «domínio por excelência das trocas simbólicas entre os cidadãos onde têm lugar as mediações políticas fundamentais que constituem as sociedades democráticas», e onde a discussão e intervenção política se encontra substancialmente alargada e os media, em especial os mass media, têm um papel determinante enquanto «grandes polarizadores do discurso público».

De facto, os media, de veículos de opinião tornaram-se produtores de opinião, «substituindo-se assim ao trabalho de elaboração colectiva que orientava o projecto iluminista, reservando esse trabalho para uma nova classe profissional, os profissionais da mediação». Autonomizando-se, o campo dos media assume-se na actualidade «como espécie de meta-instituição das sociedades modernas: transversal à generalidade dos campos sociais e assumindo a função de instância de mediação incontornável de praticamente todas as formas de actividade humana», e o espaço público transformou-se em «espaço de circulação anónima», em que o cidadão, «de sujeito de uma opinião esclarecida, se converte em objecto consumidor de produtos discursivos», ao mesmo tempo que a opinião pública se tornou «cada vez mais dependente de um campo de legitimidade, o da máquina discursiva dos media (...)».

O campo dos media, abarcando «todos os dispositivos, formal ou informalmente organizados, que têm por função compor os valores legítimos divergentes das instituições que adquiriram nas sociedades modernas o direito a organizarem autonomamente o espaço público, em ordem à prossecução dos seus objectivos e ao respeito dos seus interesses», assume-se assim com valores próprios de mediação entre os restantes campos sociais.

Ao mesmo tempo que os cidadãos se servem dos mass media como fonte quase exclusiva de informação, os actores sociais reconhecem-nos como uma realidade que têm que ter em conta e à

qual têm que se adaptar e as suas estratégias integram cada vez mais um esquema «mediacrático». Esta crescente intrusão dos media na vida pública está, segundo Blumler, em vias de modelar um novo espaço público «mercado pelo moderno processo de publicidade», consistindo numa competição para influenciar e controlar, através dos media, o que chega ao público.

Por outro lado, crescentemente organizados, por acção do mercado e do Estado, em torno de interesses particulares, os media, de quem em grande parte depende o funcionamento do espaço público, tendem, deste modo, «a perder o seu carácter livre e autónomo e (exprimem) cada vez mais imperfeitamente a dinâmica da sociedade civil».

### **A construção da realidade no interior do discurso jornalístico dos media**

O discurso jornalístico dos media assenta no acontecimento. Acontecimento é o «referente de que se fala (...) tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma diversidade aleatória de factos virtuais», afirmando-se pela imprevisibilidade, seja, de acordo com a lição de Adriano Duarte Rodrigues, em razão de um excesso, de uma falha ou de uma inversão, seja pela presença em acção do próprio media, por ele e para ele gerado, aquilo que o mesmo autor chama de meta-acontecimento, pois pertence à «ordem da visibilidade simbólica da representação cénica».

O discurso jornalístico do acontecimento não se esgota, contudo, na mera constatação. «Ao relatar um acontecimento, os media, para além do acontecimento relatado, produzem ao mesmo tempo o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo. Este novo acontecimento não é uma mera locução (...), «realiza um acto ilocutório (...), que não (está) apenas sujeito aos valores de verdade ou falsidade, adequação ou não adequação ao estado de coisas relatado», bem como um acto perlocutório, que é aquele que, enquanto diz qualquer coisa, «produz qualquer coisa pelo facto de dizer».

No processo de descrição de um acontecimento, a notícia define e molda o acontecimento, interpreta-o, sendo que, antes disso, esse acontecimento havia já resultado de um processo de interpretação da realidade social que lhe conferira, de entre a multiplicidade das ocorrências, relevância bastante para ser noticiado. Com efeito, a circunstância de algumas ocorrências serem consideradas como possuindo relevância para se tornarem objecto de notícia e outras não, constitui, desde logo, um modo de organização da realidade no interior do discurso jornalístico. Por outro lado, o trabalho jornalístico está ainda «reflexivamente mergulhado no contexto da sua própria produção» e «quando um jornalista ou editor identifica uma ocorrência como notícia séria (...), está a basear-se na sua compreensão pessoal da forma de processamento desse tipo particular de notícia».

O conceito de «quadro simbólico» pode ajudar a compreender o modo como uma ocorrência se torna acontecimento e um acontecimento notícia. Um «quadro simbólico» é constituído pelos «princípios de organização que governam os acontecimentos – pelo menos os sociais – e o nosso envolvimento subjectivo neles». Os nossos quadros simbólicos resultam da experiência subjectiva que temos da realidade quotidiana e são eles que nos fazem identificar aquilo que é «acontecimento» entre o conjunto informe das ocorrências. «Os jornalistas e os repórteres podem ser caracterizados como profissionais que procuram quadros simbólicos. (...) As imagens das notícias televisivas utilizam ângulos de câmara específicos como quadros simbólicos para dar

significados sociais às relações espaciais. (...) Uma ocorrência é transformada em acontecimento e um acontecimento é transformado em notícia. O quadro simbólico das notícias organiza a realidade do quotidiano (...)». O acontecimento é, assim, o discurso do acontecimento e, na sua referência a um real fraccionado e parcelar, uma forma de organização, não um mero reflexo, da realidade quotidiana, constituindo as notícias «realizações artificiais produzidas de acordo com padrões particulares de compreensão da realidade social».

A tais questões teóricas acrescem ainda outras, práticas. Conforme observam Curran e Seaton, «os acontecimentos que têm a honra de se tornarem notícia são aqueles fáceis de obter. Não são, de modo nenhum, os acontecimentos mais significativos que ocorreram. De modo a tornarem-se notícia, os acontecimentos têm de acontecer em locais convenientes para as agências noticiosas, serem de um tipo reconhecido e aceitável, vir de uma fonte de confiança e previsível e encaixar na moldura de valores noticiosos do jornalista. (...) Até mesmo o fluxo internacional de notícias é determinado não pela importância dos acontecimentos mas pela organização das indústrias de processamento de notícias. A imagem popular dos jornalistas (elaborada em muitos filmes) como caçadores corajosos que perseguem a verdade escondida, dificilmente é realista. Em particular os repórteres especialistas estão envolvidos de perto, e de facto até dependem, das suas fontes. (...) Os valores que enformam a selecção das notícias servem normalmente para reforçar opiniões convencionais e autoridade estabelecida.

(...) A necessidade dos media de assegurarem uma atenção instantânea cria um forte preconceito a favor de histórias e temas familiares e uma lentidão de resposta quando a realidade rompe as convenções». Isto para além daquilo que Boorstin chamou de pseudo-acontecimentos, produzidos expressamente para poderem tornar-se notícias por uma multidão de profissões e organizações (relações públicas, assessorias de imprensa, agências de marketing e de imagem e comunicação...) criadas com o objectivo de manipular os media, e ainda para além das regras, nem sempre facilmente identificáveis, que os media usam para discriminar os acontecimentos em termos de credibilidade, seleccionando o que é apresentado como (utilizando termos da física) de credibilidade «forte», a informação, e o que é de credibilidade «fraca», a mera opinião.

Ora, credibilidade «fraca» podem ter tido algumas coberturas noticiosas da guerra no Iraque feita pelos jornalistas incorporados em unidades militares norte-americanas. Sobre os jornalistas embedded, Stephen Hess, autor de vários estudos sobre a relação entre os media e o governo nos Estados Unidos, afirma que «com o notável acesso dado aos jornalistas, os militares conseguiram uma cobertura muito mais favorável» – acrescentando que – «estando embedded os jornalistas não podiam relatar os factos na sua totalidade porque tinham acesso apenas a uma parte da informação, embora os jornais, mais do que as televisões, tivessem tempo para confrontar as várias perspectivas que chegavam às redacções dos vários repórteres e divulgar uma informação mais ampla».

Bob Franken, jornalista da CNN, embedded com os marines, reconhece que por parte dos jornalistas que trabalharam incorporados numa unidade militar havia uma tendência para representar a «casa» (os Estados Unidos da América). Como não houve nenhum jornalista incorporado do lado iraquiano, Franken reconhece a possibilidade de se ter perdido muita informação, já que até fisicamente estavam impedidos de «ouvir a outra parte».

A estes comentários a ex-assessora de imprensa de Rumsfeld, Victoria Clarke, contrapõe dizendo «quem diz que os jornalistas incorporados são facciosos não compreende os media, não tem confiança nos jornalistas e em como eles conseguem ser objectivos e imparciais».

A verdade é que o próprio termo «*embedded reporters*» comporta a sugestão de que os jornalistas dormiam com as fontes e o seu objecto de notícia («*in bed*»), como faz notar Terence Smith, analista dos media. «É um perigo estar tão perto das fontes. Há uma afinidade natural, uma reacção humana que é proteger aqueles que nos protegem, aqueles com quem partilhamos tudo. Como aconteceu com o repórter Oliver North, da Fox News, que se referiu aos “*my marines*”».

## **A construção da realidade pelo discurso jornalístico dos media**

A elaboração da realidade social que é feita no interior do discurso jornalístico dos media tem, por sua vez, consequências nessa própria realidade, reconstruindo-a permanentemente à imagem de tal elaboração. No processo de descrição de um acontecimento as notícias definem e moldam esse acontecimento, interpretam-no e, assim, não se limitam a espelhar a sociedade, antes ajudam a constituí-la como uma realidade colectivamente partilhada.

De facto, «os media não «reflectem» apenas a realidade social: cada vez mais ajudam a fazê-la». Eles constituem importantes instrumentos de construção da realidade tanto pela desigual visibilidade e pela interpretação dada aos diferentes acontecimentos sociais, pela consequente hierarquização desses acontecimentos como pela sua influência na constituição, em cada momento, da agenda das prioridades colectivas, particularmente as políticas. Por outro lado, «é na base da interpretação dos acontecimentos, isto é, das notícias, que a opinião pública se constitui», bem como na permanente gestão da hierarquização dos acontecimentos.

Mas é talvez no complexo território das relações entre a informação e o campo político que é mais notório o papel dos media na construção da realidade (política). «É que os órgãos de informação tornaram-se, nas democracias, cada vez menos claramente meios de informação, de proposta de projectos de sociedade, de programas políticos, e cada vez mais obviamente um campo social de encenação pública de imagens de marca que emprestam aos homens políticos, em função da sua própria estratégia de diversão e sedução».

Os media tornaram-se no território da política. Mas, do mesmo modo, a política tornou-se no território dos media.

Os media são hoje, de facto, o principal meio de circulação das mensagens emanadas dos vários actores e centros de decisão política, aquilo que costuma designar-se por «comunicação política», entendendo-se esta como abrangendo «não só as formas de expressão emanadas directamente de instituições políticas, mas também aquelas que são mediadas pelo jornalismo, pela programação televisiva e radiofónica, pela publicidade e pelas relações públicas», e os chamados «pseudo-acontecimentos», ou seja, as ocorrências que existem apenas em função dos media e cujo único objectivo é assegurar uma cobertura pelos media. Isto implicou profundas alterações na própria actividade política, a primeira das quais foi a dramatização e espectacularização desta, que sentiu a necessidade de se adaptar aos formatos específicos e à cultura dos mass media. Assistiu-se, assim, a uma espécie de crescente mediatização da vida política, seja pela subordinação à lógica do acontecimento que, em virtude de ter curta permanência no espaço público mediatizado, obriga à aceleração do próprio tempo de decisão política, seja pelo primado do directo, particularmente em televisão, que dificulta, quando não impede, qualquer contextualização da informação.

A mediatização da vida política tem ainda consequências na hiper-personalização (destaque quase absoluto dado aos líderes), na dramatização (apresentação dos factos políticos como «episódios» narrativos ou «novelas» que se desenvolvem em torno de plots emotivos), na fragmentação (predominância de dimensões não-verbais, como a imagem ou a voz, sobre a argumentação racional) e na normalização (standartização e uniformização das mensagens políticas segundo os modelos mediáticos) de toda a actividade política.

Ao mesmo tempo, os media tornaram-se, por sua vez, filtros que condicionam o conjunto de problemas que a sociedade tem em cada momento como prioritários do debate público. A focalização mediática sobre determinados desses problemas (agenda-setting) constitui um factor de selecção e de reconhecimento pelo público da sua imperatividade.

Os processos pré-políticos ou pré-decisionais de «política informal» são, com efeito, um elemento fundamental da dinâmica da democracia e do processo social. Representando, também eles, grupos ou interesses, os mass media, especialmente a TV, têm nas últimas décadas contribuído para, em grande parte, «fazer» a realidade social e política, conformando-as, como se disse, aos seus próprios formatos e veiculando as agendas políticas estabelecidas.

Mas, simultaneamente, os media assumem também um papel determinante no estabelecimento dessas agendas, nelas colocando as questões emergentes que em cada momento se revelam capazes de mobilizar as suas dinâmicas específicas. Tal circunstância tem consequências profundas no comportamento dos diferentes actores sociais. Os media tornaram-se vectores estratégicos de qualquer projecto social e uma das primeiras preocupações dos actores envolvidos é agora a da visibilidade mediática, aí esgotando uma boa parte da sua energia e dos seus recursos. O que não é veiculado pelos mass media é, com efeito, como se não existisse. Ou, como Fedro diz, é da aparência «que deriva a persuasão, e não da verdade», sendo que justamente a televisão evidencia nesta matéria «recursos operativos únicos (fora do alcance de todos os outros meios) – capacidades apelativas, de sedução, de síntese de mensagens e de manipulação da fronteira simbólico-realidade». Recentemente mudaram os critérios da imprensa norte-americana relativamente à cobertura dos acontecimentos no Iraque. O tabu que vigorou durante meses de não divulgar imagens ou fotografias de soldados americanos feridos ou mortos acabou. O apoio ao esforço de guerra do seu país pelos media acalmou.

Os consumidores de informação continuam os mesmos. Receptores passivos desconhecem o que da guerra no Iraque é realidade ou ficção. Desconhecem se a cobertura jornalística seguiu os critérios do discurso do Presidente Bush depois dos ataques de 11 de Setembro: «either you're with us or you're with the terrorists».

## Bibliografia

- «O estudo dos meios de comunicação e a problemática dos efeitos», in *Comunicação e sociedade*, Livros Horizonte, Lisboa, 2002.
  - «Assessing Media Coverage of The War in Iraq: Press Reports, Pentagon Rules, And Lessons for the Future», debate com Victoria Clarke, Bob Franken, Stephen Hess, Ron Nessen, Terence Smith e John Walcott na The Brookings Institution, Washington, 17 de Junho de 2003.
- Bourdieu, Pierre (1989), *O poder simbólico*, Difel, Lx., 3ªed.
- Curran, James e Seaton, Jean (2001), *Imprensa, rádio e televisão / Poder sem responsabilidade*, Instituto Piaget, Lisboa.

- Esteves, João Pissarra (2001), *Espaço público e democracia*, Edições Colibri, Lisboa, 2003.
- Gerstlé, Jacques, (1993), *La communication politique*, «Que sais-je?», Presses Universitaires de France, Paris, 2ème éd. corrigée.
- Mesquita, Mário (1995), «Tendências da comunicação política», in *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 21-22.
- Park, Robert E. (2002) «As notícias como uma forma de conhecimento: um capítulo na sociologia do conhecimento», in *Comunicação e sociedade*, Livros Horizonte, Lisboa, 2002 (org. João Pissarra Esteves).
- Platão, *Fedro*, Edições 70, Lisboa.
- Rodrigues, Adriano Duarte (1990), *Estratégias da comunicação*, Editorial Presença, Lisboa.
- Tuchman, Gaye (2002), «As notícias como uma realidade construída», in *Comunicação e sociedade*, Livros Horizonte, Lisboa, 2002 (org. João Pissarra Esteves).

## CONTRIBUTOS DO REALISMO PARA O DISCURSO JORNALÍSTICO

Indiferente às fronteiras das nacionalidades emergentes no século XIX, a corrente realista como nova forma de expressão percorre a literatura e a pintura ocidental desse século e prolonga-se nas primeiras décadas do seguinte. É sua a proposta de descrever a vida tal como ela é, estimulando a percepção do mundo real, das crises privadas escondidas nos segredos dos confortáveis lares burgueses às crises públicas que abalavam as cidades e os poderes, com reivindicações sociais contra duríssimas condições de sobrevivência. O realismo ergue-se contra o classicismo e o romantismo enquanto expressões de vidas idealizadas e recusa essa distorção deliberada por via de uma percepção que reivindica o mais possível ser objectiva e despojada.

### O realismo como corrente literária e no discurso jornalístico: os efeitos de real e a descrição

Nos alicerces estruturais desta corrente literária, Henri Mitterand (1997: 576-581) destaca a construção de uma espécie de *código do realismo* pelas marcas de sujeito, personagem, composição, tempo, espaço e escrita. Esse código sustenta-se no imaginário de um narrador obrigado a dar à ficção as aparências da realidade e que simultaneamente reivindica a liberdade do seu olhar, do seu exame, do seu julgamento. A legitimação deste lugar de observador controlado da realidade foi reivindicada por muitos escritores realistas europeus e não poucos tiveram problemas com os poderes político e judicial. Estudos sobre o realismo ficcional norte-americano apontam igualmente

que os escritores realistas não se envolveram apenas na construção de um novo tipo de esfera pública, formularam também «um novo papel público para o autor e reivindicaram uma capacidade para representarem a vida comum e quotidiana» (Kaplan, *apud* Schudson, 1997: 82).

A relação com o real é marcada por uma observação desapassionada e aparentemente desinvestida de emoções e preconceitos, por uma atenção às pessoas e aos seus ambientes pautada por distanciamento e respeito, pela assunção de um lugar mediador e discreto por parte do enunciador. Tal não significa ausência de consciência por parte dos escritores de como é ilusório este reflexo da realidade. Exemplo disso são as palavras do escritor realista francês Guy de Maupassant, em 1888: «fazer ver consiste em dar uma ilusão completa do verdadeiro pela lógica comum dos factos, e não em transcrevê-los no vazio da sua sucessão contínua» (Maupassant, *apud* Mitterrand, 1997: 579). No mesmo sentido se exprime Zola, que defende o estilo realista como arte porque «distorce precisamente na medida em que confere à natureza a máxima ilusão de verdade» (Zola, *apud* Hughes, 1940: 92).

A expressão reflexiva da realidade por via do realismo passa também pelos recursos dialógicos a um repertório intertextual de configurações arquetipas e de estruturas canónicas de relato. Passa ainda por uma nova definição do estatuto da personagem (que sai do anonimato e se torna protagonista num perfil intermédio entre o herói da tragédia e o da farsa, por vezes oscilando para um ou outro) e por uma representação do espaço por formas fechadas, puras e abstractas, pela criação de um «lugar fechado» onde a história contada se possa analisar como uma série de reviravoltas e manobras.

Contemporâneo desta corrente literária, o jornalismo de informação geral emergente no século XIX e orientado para o relato dos factos de actualidade vai encontrar no realismo algumas das suas metáforas fundadoras como a de «espelho da vida», proposta por Stendhal, ou a sua matéria-prima, os acontecimentos, como mimesis dos seres e das coisas, avançada por Balzac. Vai mais longe, ao apoiar-se nos seus ideais de intervenção cívica e assumir tomadas de posição num contexto político-social de intensos paradoxos entre dinâmicas de conservação e transformação.

A este respeito será interessante observar a diversidade das missões sociais que Eça de Queiroz atribuía ao jornalismo: *fazer conhecer, ensinar, estar atento, protestar, velar...* Antecipando as «funções da comunicações» enunciadas muito mais tarde por Lasswell, reunidos estavam simultaneamente o desvendamento e denúncia de matérias públicas, a dimensão formativa e ainda a vigilância, nas palavras que escreveu enquanto director de *O Distrito de Évora* (1866-1867):

«O grande dever do jornalismo é fazer conhecer o estado das coisas públicas, ensinar ao povo os seus direitos e as garantias da sua segurança, estar atento às atitudes que toma a política estrangeira, protestar com justa violência contra os actos culposos, frouxos, velar contra actos nocivos, pelo poder interior da pátria, pela grandeza moral, intelectual e material em presença de outras nações, pelo progresso que fazem os espíritos, pela conservação da justiça, pelo respeito do direito, da família, do trabalho, pelo melhoramento das classes infelizes.»

Recorrendo à narratologia, há na dimensão axiológica do jornalismo um ideal de focalização externa – objectiva, sem interferência – em particular na separação entre relatos e comentários, marcante do jornalismo anglo-americano que se afirmará como modelo hegemónico (Chalaby, 1996). Por outro lado, na dimensão instrumental da selecção dos factos, e sobretudo na sua construção

como relato de reportagem, diríamos que a focalização se torna mais próxima da onisciente, na qual se faz uso de um conhecimento superior ao fornecido, em que o narrador pode de certa forma controlar os eventos reportados, as personagens que os interpretam, o tempo em que se movem, os cenários em que se situam. Mantendo as distâncias entre real e ficção, esses processos de controlo manifestam-se nomeadamente na escolha de quem é chamado para o *lead* e na sequência da peça, nos momentos, vozes e ambientes privilegiados ou ignorados.

Esta aproximação da escrita jornalística, tal como se tornou paradigma na imprensa a partir de meados do século XIX, ao quadro cultural do realismo como forma de expressão literária parece-nos estimulante para darmos conta de processos de construção da realidade que se fixaram e permaneceram como marcas próprias do discurso do jornalismo como género de discurso social. A imprensa de grande expansão é contemporânea das grandes obras realistas e o seu discurso vai ser radicalmente diferente do discurso panfletário marcante da imprensa romântica da viragem do século XVIII para o XIX.

## O efeito do real e a descrição realista

Como o romance realista, também o texto da notícia não prescinde de coordenadas de espaço e de tempo, de distâncias e perspectivas que desempenham um papel essencial na economia da intriga, na determinação de personagens, na estilística descritiva, na criação de um *efeito de real* (Barthes, 1968). Como o romance realista, o jornalismo recorre a uma circulação plural de memórias e discursos, a formas estabilizadas de relato, a uma organização da notícia em torno de pessoas e das suas circunstâncias expressa no *lead* canónico de informação, onde são obrigatórios os elementos *quem, o quê, onde e quando*.

Tudo na narrativa jornalística, como na literária, pode ser assim considerado *significante* na perspectiva de Barthes (1968: 89-90), que sublinha o lugar central da descrição na produção de um *efeito de real*. A sua singularidade (ou *pormenor inútil*, como também lhe chama) no tecido narrativo, escreve, designa uma questão que tem a maior importância para a análise estrutural das narrativas: tudo aí é significativo e se subsistirem no sintagma narrativo áreas insignificantes há que interrogar qual a significação dessa insignificância.

Nesta linha, a descrição não se opõe funcionalmente à narração, como escreve Aguiar e Silva (1997: 741-42):

Quer no retrato, quer na figuração do espaço geográfico-telúrico e do espaço social, a descrição mantém uma interacção contínua com os eventos diegéticos. (...) Não só veicula indícios e informações sobre as personagens, os objectos e os respectivos contextos situacionais, contribuindo para tornar verosímil, para enraizar no real a diegese ou, ao contrário, para a inscrever num universo fantástico, mas também gera significados simbólicos ou alegóricos que são indispensáveis para perceber as personagens e as suas acções.

Como o realismo literário, o jornalismo sustenta-se na sua capacidade de descrever. Nos processos de representação da realidade a descrição ocupa um lugar central, referido por Raymond Williams (1966, *apud* Carey, 1989: 32) quando afirmava que a comunicação se iniciava na batalha para aprender e para descrever. Para Mouillaud e Tétu (1989), no jornalismo a descrição não opera

como ornamento ou pausa entre elementos decisivos do texto mas como elemento constitutivo de uma ilusão de real, de se «ter estado lá». Encontramos a descrição assim enunciada nos mais diversos sub-géneros jornalísticos, da reportagem, seu território de eleição, ao retrato que precede uma entrevista ou ao texto argumentativo do editorial, quando é usada como argumento de autoridade. No texto de reportagem, onde a descrição é fundamental, escreve Hughes (1940: 86):

A inclusão de um minúsculo detalhe não é uma questão de rotina ou mera obrigação. Em primeiro lugar, porque o repórter sabe que não pode escrever tudo. Depois, porque está consciente de estar a fazer uma peça que se aproxima de um trabalho literário, escolhe aspectos que ajudem a conseguir o efeito de produzir uma imagem clara e realista. «A reportagem não deve ser apenas fotográfica. Deve ter aquelas pinceladas coloridas que tornam vivas as pessoas... deve dar uma percepção clara e um retrato artístico» [apud Leech e Carroll, *What's the News*, 1926]. Ou seja, o repórter olha para a estória como um todo e selecciona os elementos a destacar, de modo a evitar digressões ou distrações.

Daqui retira Hughes a consideração da estória como uma configuração gestaltiana em que o significado das partes não faz sentido fora do todo, criticando formas do estudo da notícia que passem pela sua decomposição quantitativa. Escreve Hughes (1940: 86-87):

Isto explica porque todas as tentativas de decompor a estória em elementos, como os esforços em dissecar expressões faciais, acabam sempre por levar à destruição do seu sentido. Uma classificação das estórias de interesse humano não pode ter a precisão ou exactidão de uma análise estatística. Deve ser mais do que uma listagem de temas.

Por tudo isto, será importante pensar a descrição e a ilusão referencial no contexto da representação da realidade. A ilusão referencial, destacam Mouillaud e Tétu (1989: 153-162), é construída por processos de autenticação como a redundância, a exploração de um certo atraso do sentido, particularmente em reportagens e *fait-divers*, de uma temporalidade dinâmica e de personagens que funcionam como substituto romanesco, a evocação de histórias paralelas, o recurso a testemunhos. A escrita privilegia sinédoques, metonímias e metáforas que facilitem as digressões da intriga à atmosfera e das personagens ao quadro socio-espacial.

A ilusão realista apresenta-se no jornalismo com duas faces. Temos falado mais de uma, a escrita de estórias, privilegiada na reportagem. Mas sabemos da existência da outra, o registo despojado e seco dos «factos» dominante no noticiário de agência. Mais de um século depois do aparecimento desta escrita jornalística – que constitui, no dizer de McQuail (2003), uma das poucas contribuições dos meios de comunicação social ao conjunto das formas de expressão humana – podemos questionarmo-nos se esta ilusão da realidade será menos consciente no jornalismo do que nas palavras de Maupassant. Também nos podemos interrogar por que razão as metáforas do espelho e do reflexo sem limites nem pressões continuam a circular na reflexividade de jornalistas, na reivindicação do seu lugar de relatores profissionais da realidade. Assinalamos por outro lado como alguns dos seus preceitos vêm sendo alterados por mutações tecnológicas que afectam os processos de mediatização, como o directo televisivo ou via Internet ou por uma assunção da subjectividade como forma também de legitimidade e credibilidade, que passa pela fotografia do autor, a assinatura individual da peça escrita, a primeira pessoa do singular no texto.

## O jornalismo investigativo

O jornalismo de investigação tem manifestações no século XIX que associamos ao compromisso social do intelectual, à sua independência face ao poder assumida com particular intensidade nos ideais cívicos da Revolução Francesa. Disso será paradigma a denúncia da justiça francesa no processo Dreyfus pelo escritor realista Émile Zola, primeiro em artigos publicados em *Le Figaro*, que seriam suspensos pelo jornal, depois sob a forma de panfletos fora do circuito da imprensa, culminando com *J'Accuse, lettre a M. Félix Faure, President de la République*, que levaria à revisão judicial do processo.

No mesmo final do século XIX, nos Estados Unidos, noutra contexto profissional, o espírito de cruzada contra a injustiça e a corrupção marcou de forma indelével o jornalismo norte-americano na pessoa do director do *New York World*, Joseph Pulitzer, para quem jornal era «*uma instituição que deveria sempre lutar pelo progresso e pelas reformas... nunca tolerar a injustiça ou a corrupção... (e) procurar sempre o bem-estar público*», (Pulitzer, *apud Sloan et al* (1997: 155).

A denúncia de casos de corrupção nos jornais estende-se por essa imprensa na viragem do século, como dá conta Schudson (1988), comentando a autobiografia de Lincoln Steffens, jornalista que se dedicou a reportagens desse tipo. O espírito de denúncia da corrupção pública e de exigência de transparência, o *muckraking*, vai ter o seu apogeu nos anos 70 do século XX, afectando as mais altas esferas do poder político norte-americano, a Casa Branca e o Pentágono. Watergate constituiu-se como grande mito do poder do jornalismo, ofuscando o passado distante desse jornalismo de denúncia e mesmo os antecedentes anos 60, de investimento em jornalismo investigativo nas redacções de jornais e de revistas semanais.

Esse clima de suspeição foi devastador para o presidente Carter mas nada parecia escapar. Em entrevista a Schudson, em 1991, Ben Bradlee, director do *Washington Post* nesse período, comentava que os repórteres, em especial os mais novos, «cobriam os mais rotineiros incêndios rurais como se fosse Watergate, regressavam e argumentavam que havia gasolina nas mangueiras, que o chefe dos bombeiros era anti-semita e pensavam mesmo que estavam no caminho da fama e da glória» (Bradlee *apud* Schudson, 1996: 158-159).

Numa análise crítica, *Watergate and the Press*, Schudson (1996) confronta pontos de vista sobre este tipo de jornalismo consubstanciados em dois filmes relativamente próximos no tempo: *All the President's Men*, de 1977, glorifica o mito *journalism-in-Watergate*, e *Absence of Malice*, de 1981, apresenta o seu contraponto, *Watergate-in-journalism*, na pessoa de um cidadão comum vítima de uma devassa jornalística. A influência de Watergate contagiou práticas jornalísticas na cobertura de matérias as mais correntes, até a um relativo ofuscamento na década seguinte, na era de *public relations* promovida por Ronald Reagan, da ressaca do caso da falsa reportagem de Janet Cook, e onde também não foram indiferentes as novas orientações para o mercado e para uma nova definição de agenda noticiosa mais orientada para os interesses directos do leitor.

A influência de Watergate afectou o jornalismo contemporâneo das sociedades abertas, «criando uma aura de mistério entre a mística e o mito, em torno dos jornalistas que se dedicam à investigação», escreve Pepe Rodriguez (1994: 17). Este autor distingue a associação de técnicas jornalísticas de investigação a outras exteriores (a de detective mas também a de polícia, advogado e historiador) que configuram uma *situação* específica de cobertura. Este é um trabalho de inquérito que alarga o confronto de fontes com uma análise pessoal desse confronto (de onde decorre a

importância da *assinatura* da peça como responsabilização) e o *revelar* do escondido e das zonas de segredo, imagens máximas do compromisso social do jornalista para com o público.

Montserrat Quezada (1996) avança outros pontos na definição dos parâmetros do jornalismo investigativo, pseudo apropriado e reivindicado em formatos no campo da informação como do entretenimento. Este jornalismo, nota, resulta de um processo de investigação trabalhoso, muitas vezes longo e complexo, em nada comparável à facilidade com que frequentemente se oferece ao jornalista a possibilidade de publicar uma informação exclusiva, sobretudo quando esta foi filtrada ou facilitada por uma fonte interessada na sua publicação (Quezada, 1996: 169).

O jornalismo de investigação cuja importância social Quezada destaca, não é assim o jornalismo do exclusivo, do imediato, da pura revelação de informação com interesse público que se pretenderia escondida. Para esta investigadora catalã, o jornalismo de investigação caracteriza-se por: 1) procurar descobrir informação inédita sobre temas de relevância social; 2) denunciar de forma clara e com base na verificação documental, factos ou situações ilegais ou carentes de regulação que vão contra o interesse público geral; 3) verificar todo o processo de investigação por um sistema de contraste duplo dos dados, por via documental e recurso a fontes independentes, a fim de reduzir a zero a margem de erro no publicado; 4) romper o silêncio das fontes oficiais implicadas nos temas, forçando-as a responder pelas suas actuações perante a opinião pública.

A imprescindibilidade da mediação jornalística e a relevância social do tratamento do tema são tónicas que destacamos da perspectiva de Quezada, que coloca em contraste, por exemplo, o *interesse humano* que sustenta com grande sucesso a denúncia de casos pessoais de abandono ou a investigação sobre pessoas desaparecidas em registos de info-entretenimento, com a ausência do tratamento da situação pelo seu *interesse público* como problemática social.

## O «Novo Jornalismo»

Falamos agora de um movimento que ficou conhecido como «novo jornalismo» e que se apresentava como inovador nas suas formas de reportar, nos anos 60 do século xx. Para Gay Talese, jornalista do *Times*, até então ninguém esperava que as reportagens pudessem assumir uma dimensão estética. E estético, mais do que ético, será o conceito mais fiel às preocupações destas formas de relato, na reivindicação de um trabalho de criação pela exploração de discursos (monólogos interiores, conversas correntes com toda a sua panóplia de marcas de oralidade como as pausas, descontinuidades e exageros...) em artigos de jornal, cruzados com uma intensidade de olhares descritivos construídos a partir de diferentes pontos de vista. A orientação para o leitor não será só intelectual mas também emotiva, considera Tom Wolfe (1973), que teorizou sobre esta corrente.

Na tradição do realismo norte-americano, onde escritores como Hemingway colaboravam regularmente com reportagens para a imprensa, os jornalistas que assinavam reportagens reivindicavam também um lugar de topo na hierarquia da redacção, decorrente da sua apurada capacidade de leitura do mundo, de uma desconfiança em relação a fontes oficiais (eram recentes os tempos de Hoover e das suas práticas de controlo da informação) e de um reconhecimento público do romance como a grande criação literária contemporânea, capaz de multiplicar leitores num mercado em expansão.

Serão aqui vincadas por isso as pontes entre jornalismo e literatura, não correspondendo o essencialismo da definição de reportagem tal como é feita nos manuais de jornalismo à catalogação de peças como as que passaram a encher longas páginas de semanários e de revistas, frequentemente publicadas sob a forma de folhetins.

A reportagem é ela própria uma construção contínua, historicamente situada, como nos dá a ler Schudson (1988) num ensaio sobre a profissão construído com base nas autobiografias de dois repórteres norte-americanos, Harrison Salisbury (1908-1993) e Lincoln Steffens (1866-1936). Nesse ensaio, Schudson reflecte como a experiência de reportar foi vivida em momentos próximos mas já diferentes da história do jornalismo norte-americano, em torno de distintos sentimentos, saberes e desejos profissionais. Apesar das variações sobre o que reportar, como reportar, com que objectivo e com encarar esse trabalho, destaca Schudson que algumas características de reportar, vindas do século XIX para o jornalismo contemporâneo, marcaram de forma decisiva a legitimidade e o carácter dos processos de obtenção de informação, moldando o mundo dos repórteres e o mundo de todos os que lemos e escutamos notícias (Schudson, 1996: 95). Algumas dessas características, que vão emergindo da definição de situação de reportar, serão afectadas pelas formas de reportar do novo jornalismo.

Para Wolfe (1973: 53) no novo jornalismo não existem regras sagradas. A violação de regras verifica-se a quatro níveis: 1) na maneira de recolher informação, indo além de fontes e perspectivas oficiais, encaradas profissionalmente com alguma desconfiança; procura-se exaustividade, ouvir vozes não-oficiais, prestar atenção ao pormenor, ao ambiente, ao contraditório, num tempo de preparação da peça longo e dificilmente enquadrável num jornalismo do imediato; 2) na relação entre o tempo da história e o tempo da narrativa, com este misturando de forma dinâmica elementos como a ordem, a duração e frequência das cenas, trabalhando tanto a descrição de ambientes físicos como de estados de alma; 3) na profusão de vozes, apresentadas por vezes sob a forma de diálogos, no recurso a focalizações internas fixas e múltiplas (Reis e Lopes, 1994: 170) e a focalizações omniscientes assumidas pelo autor; 4) na adequação dos acontecimentos à realidade, construindo um quadro de coerência nos imensos limites do verosímil, numa estética de proximidade (de atracção como de repulsa) entre leitores, personagens e acções reportadas.

Pensamos em duas obras onde estes cruzamentos entre jornalismo e literatura são notórios, e onde podemos encontrar derivações de catalogações como as propostas por Carl Warren, um dos primeiros estudiosos da reportagem como género jornalístico (in Martinez-Albertos, 1982: 313-323).

Lemos *A Sangue Frio*, de Truman Capote (1965) como uma obra simultaneamente narrativa de não-ficção (aqueles factos são verídicos) e mega reportagem de acção não longe da definição de *action-story* de Carl Warren, em que o jornalista apresenta uma visão dinâmica dos factos que narra, contando-os de dentro, seguindo o ritmo da sua evolução, ainda que de forma infinitamente mais criativa e conturbada nos seus manejos do tempo e das focalizações nas personagens. O material de Capote não foi produto de observação directa mas recolhido em relatos oficiais ou fruto de demoradas entrevistas com as pessoas envolvidas no caso, como escreve na declaração inicial à obra. Poucos saberão que esta apareceu como folhetim no jornal *The New Yorker* no Outono de 1965, dez anos depois do assassinato da família do Kansas e após a execução das penas de morte a que foram condenados os seus responsáveis.

*Relato de um naufrago*, de Gabriel Garcia Márquez, é baseado em factos quase contemporâneos aos do Kansas: a vivência do único sobrevivente de um naufrágio perto da costa colombiana. Esta

outra narrativa de não-ficção teve como base uma entrevista (*quote story*, na designação de Warren) cuja apresentação foi subvertida. O processo da sua construção é descrito pelo próprio Garcia Márquez como de desconfiança inicial em relação à credibilidade da fonte. Foi por um longo trabalho de escuta que o jornalista conseguiu retirar algo de radicalmente diferente da cobertura anterior sobre o evento e da versão oficial dos factos, produzindo uma reportagem cujas implicações políticas lhe causariam o exílio. Escreve Garcia Márquez (1970):

Em vinte sessões de seis horas diárias, durante as quais eu tomava notas e atirava perguntas arditas para detectar as suas contradições, conseguimos reconstruir o relato compacto e verídico dos seus dez dias no mar. Era tão minucioso e apaixonante que o meu único problema literário seria conseguir que o leitor acreditasse nele. Não foi só por isso, mas também por nos parecer justo, que concordámos escrevê-lo na primeira pessoa e assinado por ele.

A história seria publicada em episódios em catorze dias consecutivos. De início, escreve Garcia Marquez, o próprio governo festejou a consagração literária do seu herói. Quando a verdade dos factos foi publicada, a circulação do jornal quase que duplicara e havia disputa de números atrasados para constituir uma colecção completa. Perante esta reacção dos leitores, o governo ditatorial conformou-se com remendar a verdade com a retórica de um desmentido. A resposta do jornal, apresentando novas provas, levaria a represálias políticas que culminariam com o encerramento do jornal (Garcia Márquez, 1995: 7-11).

Apesar deste movimento reivindicar uma ruptura com formas tradicionais de reportar, salientamos o quanto algumas das suas características estão já presentes noutros repórteres norte-americanos, décadas antes. Escrevia Hughes (1940: 101) que reportar *experiências profundas* exige «compreensão e imaginação para chegar ao estado de espírito do outro e, uma vez aí, contar como é.»

Discurso de não ficção, o jornalismo não deixa por isso de ser uma forma de expressão literária se entendermos esta numa perspectiva não essencialista, como propõe Aguiar e Silva (1997: 16-19). Na sua actividade de *tradução* da realidade que selecciona e apresenta aos seus leitores, tão pouco são neutras as palavras e as imagens a que recorre. Por isso, entre a recusa do positivismo com que tantas vezes se arroga («factos são factos»), e a sua desvalorização como discurso «pobre» feita por algumas elites que o desvalorizam, propomos um olhar alternativo que procure aí encontrar o que tem como «discurso comum» e que aprecie de forma crítica as (múltiplas) formas como traduz a realidade.

## Bibliografia

- Aguiar-e-Silva, V. M. (1997). *Teoria da Literatura*. Coimbra: Livraria Almedina.
- Barthes, R. (1968). O Efeito de Real. In T. Todorov (Ed.), *Literatura e Realidade* (pp. 87-97). Lisboa: Dom Quixote, 1984.
- Capote, T. (1965). *A Sangue Frio*. Lisboa: Edição Livros do Brasil, s/d.
- Carey, J. W. (1989). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. London: Routledge, 1992.
- Chalaby, J. (1996). Jornalismo como Invenção Anglo-Americana. Comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano 1830-1920s. *Media e Jornalismo*, Nº3 (2003), 29-50.
- Garcia-Márquez, G. (1970). *Relato de um Naufrago*. Porto: Edições Asa, 1995.
- Hughes, H. (1940). *News and Human Interest Story*. New Brunswick: Transaction Books.

- Martínez-Albertos, J.-L. (1974). *Redacción Periodística. Los Estilos y los Géneros en la Prensa Escrita*. Madrid: ATE.
- McQuail, D. (2001). *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Gulbenkian, 2003.
- Mitterand, H. (1997). Réalisme. In A. Michel (Ed.), *Dictionnaire des genres et notions littéraires* (pp. 576-581). Paris: Enciclopedia Universalis.
- Mouillaud, M., & Tétu, J.-F. (1989). *Le Journal Quotidien*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.
- Quezada, M. (1996). *Los Tópicos del Periodismo de Investigación*. Estudios de Periodística IV, Pontevedra.
- Reis, C., & Lopes, A. C. M. (1994). *Dicionário de Narratologia* (4ª ed.). Coimbra: Almedina.
- Rodríguez, P. (1994). *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Schudson, M. (1988). What is a Reporter? In M. Schudson (Ed.), *The Power of News* (2ª ed., pp. 94-112). Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.
- Schudson, M. (1994). Question authority: a History of the News Interview. In M. Schudson (Ed.), *The Power of News* (2ª ed., pp. 72-93). Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.
- Schudson, M. (1996). *The Power of News* (2ª ed.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schudson, M. (1997). Introduction/The Problem of Journalism History, 1996. In E. Munson & C. Warrens (Eds.), *James Carey: a Critical Reader* (pp. 79-94): University of Minnesota Press.
- Sloan, W. D., Wray, C. S., & Sloan, C. J. (1997). *Great Editorials* (2ª ed.). Northport, Alabama: Vision Press.
- Wolfe, T. (1973). *El Nuevo Periodismo*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1976.



## **O JORNALISMO LITERÁRIO — OU A IMPRENSA VEÍCULO DA LITERATURA MODERNA<sup>1</sup>**

A questão da imprensa como veículo de literatura obriga a uma definição do objecto de análise, com vista a saber até que ponto se pode considerar a imprensa veículo de literatura e de que tipo de literatura. Rafael Dieste diz, com inteira propriedade, que os géneros se definem pelos seus eixos, a partir dos quais irradiam liberdade. Aliás, o mesmo acontece em quase todas as coisas humanas. Embora, neste caso, o problema não resida tanto em definir mas em delimitar – são inúmeras as zonas de transição que nos surgem quando nos referimos a jornalismo e literatura, jornalismo literário e literatura na imprensa, o que poderá provocar justificadas perplexidades a que nos temos de habituar. A perplexidade, nestes casos, não equivale a sinal de erro, mas, pelo contrário, ao caminho para a compreensão.

Supõe-se desnecessário perder tempo a definir o que é a imprensa escrita: o conjunto de publicações, com periodicidade regular, que visa informar o público sobre temas gerais ou especializados. A imprensa escrita parece, pois, um objecto bem delimitado, embora não o fosse nas suas origens. Quer pelo estilo, quer pela sua apresentação, as primeiras gazetas do século xvii confundiam-se muito facilmente com outros tipos de diários, relatos, reportagens e panfletos que proliferavam naquele tempo. Subtilmente estas origens híbridas perpetuam-se, hoje, na forma e na enorme diversidade de funções da imprensa escrita actual.

<sup>1</sup> Tradução de Sandra Cruz, Professora Associada de Filologia Portuguesa da Universidade de Barcelona e docente de português da Fundação Catalunha-Portugal. Revisão de Sara Pina.

A delimitação do que é ou não é literatura, pelo contrário, suscita, desde logo, mais problemas. Actualmente, os textos literários formam um subconjunto muito circunscrito no imenso oceano de textos escritos. Nem sempre foi assim. Até ao final do século XVIII, considerava-se literatura qualquer texto escrito com um mínimo de qualidade. Ainda se entende que, tal como sucedia na sua época, *A decadência e queda do Império Romano*, de Gibbon, seja considerado um clássico da literatura inglesa do século XVIII, tal como as crónicas medievais o são da literatura catalã, a *História* de Mariana o seja da literatura castelhana, ou, inclusive, os textos científicos de Galileu, redigidos em italiano, sejam reconhecidos como clássicos do idioma em que foram escritos. No seu conjunto, as produções escritas antigas, incluindo as epístolas, as crónicas, a filosofia, ou mesmo as leis, eram entendidas e lidas, também, como documentos e monumentos literários: eram letras, *literacy*, como dizem os anglófonos, isto é, *literatura*. Ainda hoje é possível ouvir expressões tais como «literatura científica» ou «literatura filosófica» que são herdeiras desta concepção.

Actualmente, o conceito expresso pelo termo *literatura* é muito mais restritivo<sup>2</sup>. Habitualmente, já não inclui os textos científicos, históricos, ou filosóficos, nem os jurídicos. Passando *des lettres a les belles lettres*, a descoberta da razão desta restrição do conceito moderno de literatura levar-nos-ia longe demais, assim como o esclarecimento da operacionalidade e da veracidade de tamanha restrição. Hoje, temos de aceitar que qualquer redactor de um texto é um escritor (em sentido lato) e o que compõe é um escrito, mas isso não significa que seja literatura, nem que tenha produzido literatura.

Qual é a diferença? Que fronteira se pode estabelecer entre um texto literário e um que não o é? Aqueles que tentam responder a esta pergunta costumam apelar a uma distinção muito vaga baseada no objectivo do autor e, frequentemente, na recepção do leitor.<sup>3</sup> É literário o escrito em

<sup>2</sup> Lluís-Albert Chillón (*Literatura i periodisme*, València, Universitat, 1993) situa de uma forma correcta esta redução na categorização da literatura no século XIX (p. 22). A sua análise não destaca muito o que tinha de revolucionária esta restrição no que concerne às concepções anteriores, muito mais abertas (de facto, em algumas passagens parece evidente que esta visão restritiva foi a tradicional). Na realidade, contra o que Chillón parece dar a entender, os tratadistas clássicos não só não primavam pela ficção dentro da literatura, mas frequentemente até a negavam, por vezes taxativamente (é o caso, entre outros, de um humanista tão influente como Lluís Vives, *Cf. Marcell Bataillon, Erasmo e Espanha*, México, FCE, 2.ª ed., pp. 615-617). Também a sua definição de que a teoria clássica entendia por *literatura*, «obras impressas escritas em forma de ficção» é singularmente estreita e discutível. Ignoram que a definição seria mais aceitável se fosse substituída a palavra *impressas* por *escritas* (nenhum contemporâneo deveria negar a qualidade literária da poesia de Quevedo, ou de Bécquer, por exemplo, pelo simples facto que circulava manuscrita), uma frase como esta não tem em consideração que a mesma concepção que enfatiza o carácter imaginativo ou fictício da literatura (o Romantismo e os seus antecessores imediatos) é a que descobre e proclama a poesia e a narrativa oral popular como a grande literatura (em obras de pessoas como Percy, MacPherson, Herder ou os irmãos Grimm). De uma forma geral, a visão de Chillón da tradição dos estudos literários é excessivamente simplista e prejudicial, correlativamente à sua entusiasta aprovação das novas tendências pós-ficcionais – que resulta muito compatível – óbvia pelo facto de muitas correntes críticas vivas neste momento estarem obstinadas em defender a «ficcionalidade» intrínseca de todo o texto literário e, em alguns casos, de todo o discurso verbal.

<sup>3</sup> Por exemplo, o prestigiado *Penguin Dictionary of Literary Terms and Literary Theory* (Londres, Penguin, 1991, págs. 505-506) reconhece como vagas as definições usuais do termo: «A vague term which usually denotes works which belong to the major genres: epic, drama, lyric, novel, short story, ode. If we describe something as “literature”, as apposed to anything else, the term carries with it qualitative conditions which imply that the work in question has superior qualities.» Depois acrescenta: «However, there are many works which cannot be classified in the main literary genres which nevertheless may be regarded as literature by virtue of the excellence of their writing, their originality and their general aesthetic and artistic merits.» Ilustra-o com obras de Aristóteles, Santo Agostinho, Erasmo, Berkeley, Gibbon, Darwin e sobretudo um conjunto de textos de biologia do século XX. Temos, então, as características de excelência, originalidade e mérito estético e artístico como constitutivos do que é literário. Os estudiosos greco-latinos e os literados não poderiam estar mais de acordo. Por outro lado, lembramos de passagem que definir a literatura, como frequentemente se faz, como uma mera construção social, não é mais do que fugir do estudo, já que translada as perguntas para a história e para a sociologia e não lhes responde (o que é a literatura para uma determinada sociedade num momento preciso, como por exemplo o nosso).

que, para além da informação comunicada, importa o estilo. Então, o que se entende por estilo? Para abreviar poderíamos dizer que *estilo* é a forma pessoal de escrever um texto.<sup>4</sup> O conjunto de recursos efectivamente utilizados por uma pessoa na hora de comunicar, ou de sugerir, ou de explorar um tema; para persuadir, dissuadir ou realizar qualquer outra das operações que a linguagem escrita permite. Em síntese, é literário o texto em que mais importante do aquilo que se diz é a forma como se diz.

Já se referiu que este critério de classificação é vago. Analisar num texto, de forma rigorosa, a distinção entre a importância da informação e a importância do estilo seria demasiado ilusório, até mesmo indefensável numa perspectiva teórica rigorosa.<sup>5</sup> Se esta distinção continua a ser usada é porque na prática é útil, quanto mais não seja por afastar dos estudos literários um enorme volume de textos que os especialistas desta área não se consideram com capacidade para assimilar. Evidentemente, com o mínimo de senso comum, o autor de uma monografia científica pretenderá ser tão persuasivo, dentro das convenções do género que pratica, como o autor de um poema ou de um polémico ensaio. As distinções, em todo o caso, são mínimas. Mas, neste caso, as pequenas diferenças são importantes. Quanto mais atenção dermos à *disposição* do escrito, à sua qualidade verbal, mais literário se nos revelará um texto. A redacção na imprensa, com as múltiplas facetas e estilos que permite, é um dos lugares em que são mais constantes os problemas de operacionalidade e de delimitação *estilística* da literatura, como também se percebe claramente que as suas áreas de transição são vastas e difusas. Quer consideremos ou não *literatura* uma maior ou menor percentagem, uma gama mais ou menos ampla, de uma enorme diversidade de textos, e de escritos, que a imprensa produz, dependerá, fundamentalmente, do espaço mais ou menos restrito que concedemos ao domínio do literário e da rigidez ou flexibilidade com que o delimitamos. Não obstante, até nos critérios mais severos permanecerá sempre a reminiscência da *literatura* que estará impressa em papel de jornal.

Um jornal é, em primeiro lugar, uma publicação regular que procura informar os seus leitores sobre acontecimentos actuais. Um jornal veicula notícias: políticas, sociais, culturais, económicas, desportivas, entre outras. A informação conforma o núcleo de um jornal e confere-lhe sentido. Tanto a deontologia como a prática jornalística sedimentaram um conjunto de regras para a transmissão

<sup>4</sup> Os teóricos clássicos tendem a definir o estilo como a «adequação dos meios expressivos ao tema de uma composição (cf. Ferran Toutain, *Sobre l'escriptura*, Barcelona, 2001, Trípodos, p.189) e foi o conde de Buffon que pôs toda a ênfase, pela primeira vez, no carácter pessoal da forma de escrita no seu célebre *Discours sur l'estyle* (1753), ainda que a origem do mesmo tema – *stillus*, instrumento para traçar signos, e desta forma arte de escrever –, já o implicasse, uma vez que, apesar da uniformidade da escola, cada artesão manejava este instrumento, inevitavelmente, de uma forma pessoal e distinguível. Estas duas formas de conceber o estilo, a técnica adequada e a subjectiva, mantiveram-se até hoje. Assim, o *Penguin Dictionary* (p.922) define *style* como «The characteristic manner of expression in prose or verse; how a particular writer says things», enquanto que Oswald Ducrot e Tzevetan Todorov (*Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, Madrid, Século XXI, 1983, p.344) define-o como «a eleição que deve fazer todo o texto entre certo número de disponibilidades contidas na língua», uma definição plausível, à parte do pormenor da eleição não poder ser feita no mesmo texto que se escreve. Por aquilo que sei, um texto em que se toma decisões ainda não foi escrito definitivamente. Ferran Toutain (*op.cit.*, p.193 e seguintes) assinala aspectos importantes de estilo quando afirma que «não é outra coisa senão o resultado do jogo dialéctico que se estabelece entre as dificuldades de expressão e as possibilidades expressivas que oferece a linguagem. O que faz que cada estilo seja único é este jogo, por definição dinâmico em que a partilha dos mesmos elementos resulta na distinção». Mais adiante acrescenta que «quando o estilo inclui mais dimensões que a racional falamos de texto literário».

<sup>5</sup> E não porque é baseada em evanescentes considerações qualitativas (desde Austin e Searle aprendemos que as «qualidades» podem ser objecto de escrutínio rigoroso), pelo simples facto que todo o texto, até o mais técnico, é susceptível de análise retórica. Por outras palavras, toda a construção verbal tem estilo.

das notícias com objectividade e pouca mediatização para o escritor – o jornalista – que as escreve dentro destes parâmetros. Esta é, pelo menos, a teoria já que o grau de aplicação destas normas e a sua eficácia objectiva é muito discutível. Em princípio, estas normas de organização e expressão da notícia estão explicitamente entre as mais anti-literárias formuladas para codificar um texto escrito, pois, entende-se, claramente, que o estilo pessoal implica um elevado grau de manipulação da notícia. A imprensa aspira, ou pelo menos idealiza, uma descrição objectiva, neutra e imparcial dos factos, onde as diversas opiniões dos agentes e intervenientes sejam contraditadas e comprovadas, e onde a opinião, os gostos e os interesses do redactor não se manifestem. Como na máxima inaugural da *Crítica da razão pura* de Kant, o jornalista deverá calar-se sobre a matéria.

De facto, a redacção de informações segue uma série de regras e organiza textos altamente standardizados e formalizados, mas não fechados como acontece com a maioria dos textos literários. O redactor de notícias deverá responder a um conjunto de supostas expectativas do leitor através de uma ordenação hierárquica dos conteúdos que comunica. Em primeiro lugar, aparece o quê e a quem, onde, quando, como, e porquê. Em seguida, expõem-se as «nuances» que sejam necessárias e, se ainda houver espaço, amplia-se a informação com pormenores relevantes, mas de segunda ordem ou importância. Não há lugar para os adjectivos rebuscados, as metáforas, as sugestões, as insinuações ou as interrogações retóricas. A informação está estritamente hierarquizada, da maior à menor, de forma a que o leitor possa ter uma ideia clara da notícia nos primeiros parágrafos do texto. Por isso, os editores de fecho cortam sempre os artigos informativos do final para o início, já que se considera que o final de um artigo noticioso é a sua parte mais débil, o ponto que menor informação contém. Neste sentido, trata-se de textos abertos, nem que seja pela desvalorização progressiva.

Mas estaríamos completamente enganados se pensássemos que este tipo de artigos informativos rigidamente estruturados configuram a totalidade dos textos que a imprensa nos pode oferecer. A aspiração a isto (mais do que a sua difícil aplicação) constitui o núcleo informativo de um jornal, mas ninguém pretende que represente a totalidade. Também podemos considerar a imprensa como divulgadora de conteúdos, de aparição regular, de vários textos de diversa índole. Uns de carácter estritamente informativo e outros não. Na realidade, se folhearmos qualquer diário ou semanário encontramos notícias, crónicas e reportagens, e também uma gama bastante variada de outro tipo de coisas: publicidade, espaço lúdico, horóscopo, anúncios, cartas ao director, artigos de opinião e debate, colunas literárias, resenhas sobre cinema, música, teatro e literatura, e um enorme etcetera que inclui narrações em série – os célebres folhetins do passado – aforismos e divagações mais ou menos filosóficas, e também poemas. Convém, pois, sair desta confusão, lógica mas embaraçosa, entre o jornalismo como publicação e o jornalismo como ofício. A imprensa, de facto, é um *contentor* de textos extraordinariamente *aberto*. Sempre o foi. A poesia, por exemplo, teve um papel relevante em determinadas épocas. Ainda hoje, a imprensa anglo-saxónica, por exemplo, é uma montra da veia poética da sua literatura. Se na imprensa espanhola a literatura em verso tem um papel pouco importante, para não dizer praticamente inexistente – com algumas excepções – isto deve-se ao merecido desprestígio que sofre entre nós a lírica como veículo de comunicação, não há nenhuma suposta incompatibilidade entre poesia e papel de jornal.

As relações entre imprensa e narrativa de ficção são mais sólidas, inclusivamente entre os espanhóis. No passado criou-se um género, o folhetim melodramático que obteve um enorme êxito no final do século XIX e princípio do século XX. *Folhetinismo* é ainda um adjectivo em uso, embora

esteja em decadência. Não é necessário recordar que, para além dos folhetins, a imprensa publicou pela primeira vez muitas das grandes obras da narrativa ocidental, principalmente do século XIX. Durante aproximadamente um século, a imprensa foi o principal editor da narrativa – das novelas aos relatos curtos. E também a melhor fonte de dinheiro, e talvez a única, de muitos escritores. *Fam*, de Knut Hamsun faz um retrato impressionante, mas verosímil e sobretudo realista desta relação. Na organização dos seus capítulos, muitas obras de Dickens ou de Dostoievski ainda têm a marca da sua adequação a esta forma de edição em série que a imprensa impunha, ou permitia. Ainda hoje os suplementos dominicais dos diários costumam publicar textos narrativos, habitualmente relatos curtos, sucessores actuais de uma tradição que é bastante intensa e frutífera.<sup>6</sup>

Ao falar de poesia e de narrativa publicadas nos jornais não se pode esquecer géneros que já tinham uma longa vida antes do seu aparecimento na imprensa e que podem ser entendidos perfeitamente sem ela (embora a imprensa, com o seu aparecimento regular, possa explicar as derivações seriadas, como os folhetins). Mas há diversas classes de textos, na minha opinião literários, que existiram e prosperaram graças ao papel dos jornais.

Dentro dos vários espaços ou géneros comunicativos que a imprensa (e somente a imprensa) auspicia podemos distinguir entre os mais e os menos rígidos e os mais ou menos abertos. O ponto de máxima rigidez é ocupado pelo artigo informativo que anteriormente tentámos descrever. A nível coloquial denomina-se *notícia*, e é caracterizada, como dissemos, pela aspiração à descrição objectiva, imparcial, impessoal e estritamente hierarquizada da informação a comunicar. Nem sempre se procura ser tão rígido – como sabem os defensores do *new periodism* que procura um tratamento verbal mais brilhante e um enfoque mais pessoal da notícia – mas por regra geral costuma ser-se. E o esforço por manter esta situação é um dos aspectos mais louváveis, na época dos egos exaltados em que vivemos, de honestidade profissional e espírito de sacrifício desta profissão.

Para além da notícia, a exposição da informação pode receber a forma de *crónica* e de *reportagem*. São dois subgéneros do jornalismo que se parecem quanto à escrita e não quanto à atitude. A *crónica* é uma descrição, podemos dizer ocular, de um acontecimento. Nesta descrição importa a capacidade de sintetizar ou invocar de uma maneira perceptiva, profunda e, por vezes, sugestiva. Os factos testemunhados pelo jornalista não são os principais ganhadores. Dentro de limites difusos, o cronista pode servir-se de toda a panóplia habitual de recursos literários para conseguir o efeito que pretende, incluindo um estilo marcadamente próprio. Apenas se lhe exige capacidade de observação e sentido de excesso. Uma *reportagem*, pelo contrário, não é uma mera

<sup>6</sup> De facto, as relações entre a narrativa e o jornalismo são muito mais profundas, tal como Chillón se encarrega de ressaltar no capítulo intitulado «La simbiosi contemporània de literatura i periodisme» (*op. cit.* P. 64 e seguintes), dedicado à longa e frutífera contaminação entre estes géneros, que começou quase ao mesmo tempo que a narrativa moderna e o jornalismo e oferece clássicos tão importantes como *A Journal of the Plague Year* (1722) de Daniel Defoe ou *Storia della colonna infame* (1842) de Manzoni; umas sedutoras pseudomemórias presenciais numa extraordinária encruzilhada entre história e relato e reportagem. Assim, e de novo, deveríamos recordar a citação de Dieste que encabeça este escrito. As relações entre narrativa e jornalismo são um exemplo das virtualidades criadoras desta liberdade que irradiam os géneros, e cada vez mais se entrelaçam (para um estudo mais extenso e profundo destas relações, a tese de doutoramento de Josep Lluís Chillón, *El reportage novel·lat*, Universitat de Bellaterra, 1990). Não obstante, tenho que confessar de que analisar uma novela-reportagem como *A sang freda* de Capote do ponto de vista *estrictamente* jornalístico parece-nos tão impertinente como incluir *Les mémoires* de Yourcenar ou *Salammbô* de Flaubert num estudo histórico. Neste caso, mais do que de simbiose deveríamos falar de aproveitamento narrativo de técnicas e géneros alheios. Assim, podemos infirmar que o eixo que articula estes textos não é informativo, mas estético. Tal como as novelas históricas, as novelas-reportagem são, acima de tudo, e antes de mais, novelas.

descrição de um facto observado, embora a possa incluir. Requer uma investigação: diferentes pontos de vista, implicações, causas e consequências. Poderíamos dizer, *grosso modo*, que uma *reportagem* é uma crónica contextualizada: contrastada e bem documentada.<sup>7</sup> Dependendo da extensão que possa ter – pensamos sobretudo nas extensas reportagens internacionais de semanários e suplementos, ou em reportagens em série – uma boa reportagem pode requerer muita habilidade literária do seu autor tanto pela capacidade de captação do acontecimento como pela da sua expressão –, como na mais densa das novelas. Sem dúvida, um bom repórter, além de «boa vista», deverá ter um mundo próprio rico e vasto, para poder fazer oportunamente comparações e para poder penetrar no interior dos factos e entender a complexa natureza humana dentro da múltipla variedade das formas em que se expressa. Como o historiador – com quem partilha muitas características importantes – o repórter deverá ser um especialista na arte do pormenor, na sabedoria do concreto, e também na capacidade de generalizar.

Os bons repórteres costumam ser excelentes escritores, no sentido mais literário da palavra, e por outro lado, grandes escritores fizeram reportagens. A divulgação e expressão do género reportagem permitiram que muitas transcendessem as restrições em que foram escritas e resistissem ao passar do tempo, tomando a forma de livro, por exemplo. A compreensão do século XX seria muito mais árdua sem estes textos que tantas vezes foram escritos em cima do acontecimento, no meio do delírio ou da ofuscação colectivos, por pessoas bem preparadas para o distanciamento, e com um sangue frio, um talento observador, um domínio da arte da palavra e um compromisso com o seu ofício e os seus leitores, certamente singulares. Penso, entre outras coisas, em algumas séries de artigos que fizeram história: as reportagens sobre a guerra dos *boers* de Winston Churchill; As que foram escritas por John Reed sobre a revolução mexicana e soviética – *Dez dias que mudaram o mundo*; As de Ilia Ehrenburg ou Martha Gellhorn sobre a guerra de Espanha; As dedicadas a esta guerra e à Segunda Guerra Mundial de Ernest Hemingway; Os extraordinários artigos sobre a Europa de entre guerras de Joseph Roth e Egon Erwin Kisch, e um enorme etcetera.

Antes da guerra civil, a imprensa espanhola e catalã também publicou uma enorme quantidade de reportagens memoráveis. Pensemos nas crónicas enviadas de França, Itália, Alemanha e Rússia por jornalistas do nível de Josep Pla, Eugeni Xammar, Gaziell ou Josep M. de Sagarra. Depois da guerra este género jornalístico foi perdendo fluidez, talvez porque requeria certas capacidades – distanciamento, espírito crítico, informação variada e contraditório – que o regime não fomentava. Ainda hoje, prescindimos das excepções de rigor (por exemplo, os livros de reportagens de Manuel Leguineche), a reportagem, entre nós, não só não recuperou o antigo nível, como os textos perderam o esplendor e tornaram-se banais. No mundo anglo-saxónico, o repórter bem documentado, penetrante, sintético e expressivo mantém um nível bastante elevado, como demonstram, por exemplo, as reportagens publicadas por Timothy Garton Ahs no *New York Book Review* e traduzidas para o castelhano com o título de *História do presente* – impressionante radiografia, cheia de observações reveladoras da Europa imediatamente posterior à queda do muro e dos fantasmas do seu passado recente, ou, dentro de uma outra tradição jornalística, mas perfeitamente homóloga, a recolha de reportagens sobre África do jornalista polaco Ryszard Kapuscinski, *Ébano*, também traduzida para o castelhano. Citei estes exemplos, como se poderiam mencionar outros, pela sua

<sup>7</sup> Estas definições são extraídas de conversas com diversos profissionais dos diários de Barcelona e do que eles entendem pelos géneros que praticam, já que são, ao fim ao cabo, os que escrevem. Para uma definição mais académica, pode consultar L. Gomis, *Teoria dels gèneres periodístics*, Barcelona, Generalitat, 1989, entre outros.

qualidade intrínseca e também porque estão ao nosso alcance. Em jeito de conclusão, no mundo em que vivemos a reportagem como género jornalístico e como a grande literatura, está de «boa saúde». Apenas tem má fama entre os espanhóis.

Mas os subgéneros informativos não incluem tudo aquilo que a imprensa oferece. Temos ainda o espaço multiforme da resenha, a crítica, o comentário, o artigo de opinião ou de debate, a coluna periódica do autor, onde quem escreve pode falar praticamente de tudo aquilo que lhe apeteça e como lhe apeteça, sem mais limitações, em teoria, senão o número de linhas – trinta, noventa ou cento e vinte linhas da maqueta – e a aceitação do público. Todos estes textos têm em comum a sua posição excêntrica em relação à deontologia e aos hábitos profissionais do jornalismo. Em primeiro lugar, porque não se lhe exige imparcialidade e, muito menos, falta de personalidade.

Também neste caso, como em tudo, existem graus. De um crítico espera-se que as suas críticas sejam razoáveis, baseadas em argumentos e, de certa maneira, objectivas. Mas não se lhe pode exigir que não opine. Pelo contrário, pode e deve articular um ponto de vista próprio que usa para avaliar de forma explícita para que o leitor possa julgar, por seu lado, as mesmas opções e a mesma validade da crítica como leitor.<sup>8</sup> Do autor de um artigo de opinião espera-se que defenda os seus pontos de vista ou os seus interesses com uma vontade persuasiva. Como um espaço de discussão pública, as páginas de opinião hão-de veicular os debates abertos numa sociedade e num momento, permitindo a expressão dos porta-vozes, a título pessoal ou institucional, das diversas opções tomadas. A imparcialidade assim está posta de lado, tanto ou mais que a impessoalidade.<sup>9</sup> Como é evidente, uma opinião expressa-se na medida em que alguém a defende. Dos colunistas já se pode esperar qualquer coisa: uma nota meteorológica, uma divagação erudita, uma lembrança ou uma proclamação.<sup>10</sup> Em qualquer caso, resenhas, artigos de opinião e colunas têm em comum serem *assinados*. São textos de autor, e a quantidade ou a qualidade da literatura que proporcionam depende apenas da vontade de quem os escreveu, e da sua destreza. Frequentemente estes autores não são jornalistas, nem têm nenhuma relação com a imprensa para além de uma relação meramente pontual. Não obstante, o género em que participam, o tipo de texto que produzem, seria impossível sem esta.

Pelo facto de aparecerem na imprensa estes textos em que é permitido, ou melhor se exige, a exposição de um ponto de vista próprio, costumam estender-se algumas características e também algumas limitações. A mais evidente, a que já fizemos referência, é a extensão, que frequentemente

<sup>8</sup> Para ter uma ideia de como funciona tudo isto na imprensa espanhola, o leitor pode consultar *De brumas y veras. La crítica literaria en los periódicos* (Pamplona, Pamiela, 1996) de Víctor Moreno, e também, num sentido mais amplo, Mary Luz Vallejo Mejía, *La crítica literaria como genero periodístico*, Pamplona, EUNSA, 1993.

<sup>9</sup> Sobre os artigos de opinião o ponto de vista jornalístico está representado em grande número. Teodoro Leon Gross oferece um excelente panorama, com especial atenção à literatura, em *El artículo de opinión*, Barcelona, Ariel, 1996. O leitor pode consultar também Juan Gutiérrez Palácio, *Periodismo de opinión*, Madrid, Paraninfo, 1984; Emy Armañanzas e Javier Díaz Noci, *Periodismo y argumentación*, Bilbao, Universidad del País Vasco, 1996; Fernando López Pan, *La columna periodística. Teoría y práctica*, Pamplona, Universidad de Navarra; Rosa Martínez Montón, *Textos periodísticos de opinión (1975-1996)*, Barcelona, Hermes, 1997; Natividad Abril Vargas, *Periodismo de opinión*, Madrid, Síntesis, 1999, entre muitos outros. Talvez o leitor também tenha interesse em consultar um livro mais antigo e idiossincrático, *Sociología de las páginas de opinión* (Barcelona, ATE, 1982) de Amando de Miguel.

<sup>10</sup> A bibliografia sobre as colunas literárias confunde-se, muito logicamente, com a do ensaísmo, e esta é bastante mais profusa. No âmbito hispânico recente, e com explícitas referências a colunas literárias, convém lembrar Maria Pilar Palomo (ed.), *Movimientos literarios y periodismo en España*, Madrid, Síntesis, 1997; e sobretudo, o excelente *El ensayo español, los contemporáneos* (Madrid, Crítica, 1996), editado por Jordi Gràcia.

é imposta ou é negociada pelo autor. Outra é, precisamente, o estilo. A imprensa procura um leitor diverso e extenso, não necessariamente intenso. Pelo menos pelas pretensões a imprensa é um tipo de publicação de massas. O leitor de diários e semanários gerais não está muito perfilado *a priori*. À parte de simpatias ideológicas ou sociais, em princípio, o leitor de imprensa pode ser qualquer um. O jornalista que defenda ou ataque uma posição política, uma doutrina estética ou um hábito social, um livro ou um bailado, tem de procurar a máxima compreensão. Prosa clara, léxico simples, amenidade, um pouco de engenho para passar do divertido à categorização, sentido do ritmo, indispensável num texto breve, e destreza no momento de relacionar os argumentos ou as sugestões. Frequentemente o leitor valoriza mais a coerência de um texto curto se um início prometededor se vincula a uma conclusão bem orientada. Ao contrário da notícia, uma coluna é um texto fechado. Por outro lado, podemos até falar de filosofia numa coluna de imprensa o que não se pode ser é obsessivo. Também não há muito espaço para matizar uma afirmação ou para ser minimamente justo com a complexidade de um determinado tema. Entre os perigos do jornalismo há a simplificação exagerada das questões tratadas, provocadas pela ausência de espaço e a pobreza expressiva da exposição, provocada pela falta de tempo.

Ainda no âmbito do estilo impõe-se a distinção entre o colaborador descontínuo da imprensa e o escritor que mantém ao longo do tempo uma coluna regular. No segundo caso, pode-se criar uma cumplicidade profunda entre o jornalista e uma parte do público, que se torna no *seu* público. Isto permite o desenvolvimento de toda uma gama de recursos que por vezes podem fazer cair em presunção, mas que frequentemente estimulam a expressividade literária do texto e que são apreciados e esperados pelos seus seguidores. É o tipo de relação que se estabelece entre autores como Francisco Umbral, Maruja Torres, Quim Monzó ou Josep M. Espinàs e os seus fiéis leitores. O aparecimento deste pacto de longa duração, nem sempre implícito (os leitores enviam cartas de aprovação ou de descontentamento, ou telefonam para os jornais) entre o escritor e fiéis leitores pode contribuir para explicar a fixação por determinadas características estilísticas em grandes escritores de imprensa, como é caso de Josep Pla, Joan Fuster ou Nèstor Luján.

Dissemos que este tipo de artefacto verbal, o artigo de opinião, a coluna literária ou a resenha crítica, seria impossível sem a imprensa. De facto, esta é o seu suporte imprescindível. Por outro lado, estes são tão antigos quanto a própria imprensa. O jornalismo mais ou menos literário contribuiu para fazer e desfazer mentalidades, ideologias e estados de opinião; Foi o grande incentivo para a configuração do que se designa de opinião pública; Foi uma ferramenta de educação e propagação de gostos, costumes e concepções do mundo de uma extraordinária eficácia. O nosso mundo, tal como é neste momento, é impensável sem isto. A imprensa permitiu a expansão do debate das ideias até limites que, antes do seu aparecimento, não poderíamos sequer imaginar e contribuiu para criar dois tipos de escritor muito característico: o ilustrado, mais propriamente o *philosophe*, no século XVIII, e o intelectual, no século XX. Não devemos esquecer que a estreia oficial do intelectual – o escritor que está comprometido com uma observação crítica do mundo e inclusive com uma doutrina que pretende modificá-lo – como uma figura pública foi feita em papel de jornal: o célebre *J'accuse* de Emile Zola, em 1898. Por certo, um artigo valente, honesto e muito bem escrito.

Para ilustrar a influência do jornalismo na sociedade será importante fazer um percurso pelo mundo anglo-saxónico. Pelo menos desde o aparecimento de *The Tatler*, que surgiu em 1709, pela mão de Richard Steele e Joseph Addison, a história da grande tradição do ensaísmo britânico

confunde-se com a dos seus jornais. No século XIX, a crítica literária jornalística tinha peso suficiente para merecer as irritantes troças de Lord Byron no seu famoso *English Poets and Scottish Reviewers*. Também o debate romântico tinha perdido uma boa parte do seu interesse e a sua virulência sem os artigos, pensados ou inflamados de William Hazlitt, Percy B. Shelley ou Thomas de Quincey. Mais tarde os pontos de vista literários, mas não somente, de Mathew Arnold vão ordenar a vida intelectual de toda uma geração. Também na Holanda, Alemanha e França os iluministas e os românticos encontraram na imprensa o seu principal órgão de debate, comunicação e divulgação. A ilustração francesa teria sido, sem dúvida, bem diferente sem os artigos escritos por Voltaire ou Diderot, e a alemã teria sido muito menos combativa e inteligente sem os jornais dirigidos por Lessing e os seus amigos Mendelssohn e Nicolai. Também a imprensa italiana teria sido muito mais inconsistente sem os irmãos Gozzi, e mais ainda os de Verri, por exemplo. Por outro lado, artigos como os de Lessing, Hazlitt, ou Saint-Beuve vêm demonstrar claramente, desde muito cedo, que a crítica literária pode ser um género maior, por direito próprio, da literatura. Inclusive num país periférico e retardatário como Espanha, não podemos esquecer a eficácia renovadora de jornais como o *Parnaso español* (1768) de López de Sedano ou como o *El censor* (1787) de Luis Cañuelo, bastante mais meritórios pelo facto de aparecerem num contexto mais refractário, quando não hostil. Ou antes, no início da imprensa espanhola, a publicação regular dos artigos do *Norte crítico universal* de Benedito Feijoo, um dos dois fundadores da ilustração hispânica. Ainda a importância, na história da literatura e na das ideias, do jornalismo de Mariano José de Larra, ou das duas grandes gerações de jornalistas de antes da guerra de que desfrutaram os leitores espanhóis: Miguel de Unamuno, Azorín, José Ortega y Gasset, Corpus Barga, Rivas Cheriff, Antonio Machado, o mexicano Alfonso Reyes e muitos outros. Sem dúvida, em toda a Europa, e também em Espanha, aqueles foram os grandes do jornalismo literário e intelectual. A guerra, as guerras, neste campo foram bastante destrutivas.

González Ruano que foi um grande escritor em *papel de jornal*, sustentava, nos anos 50 do século passado, que o jornalismo é o género mais alto e expressivo da literatura actual e que, conseqüentemente, é frequente encontrar as melhores obras, as mais desinibidas, inventivas e pessoais dos escritores do século XX, procurando nas hemerotecas.<sup>11</sup> A afirmação é provocatória, mas não de todo descabida. Como já vimos, o jornalismo tem obras notáveis desde o século XVIII embora, possivelmente a sua idade de ouro seja o século XX, especialmente no período que vai desde a *Belle Époque* até à Segunda Guerra Mundial. Para além de alguns nomes a que já fizemos referência, como o de Ernest Hemingway, Miguel de Unamuno, Josep Pla, Egon Kisch, Ilya Ehrenburg ou Joseph Roth, trabalhavam no jornalismo pessoas da índole de Karl Krauss, George Orwell, Kurt Tucholsky, André Gide, Jorge Luis Borges, ou Cesare Pavese, entre tantos outros. Era um conjunto esplêndido e creio que não foi nunca igualado. E porque foi esplêndido? Talvez porque foi um grande momento da figura do intelectual como escritor que, nas palavras de Fuster, participa nos debates e nas lutas das pessoas. Também porque esta literatura breve e bem ligada, como uma nova lírica do momento combinava particularmente bem com o sentido da urgência e o vitalismo ansioso que aceleraram os tempos modernos. Como o cinema, o jornalismo foi uma arte do século XX. A versatilidade da breve coluna do diário permitia a crítica gastronómica, a agitação política ou o

<sup>11</sup> O leitor mais curioso poderá encontrar este artigo «Arenga sobre la crónica y la literatura», verdadeiramente magistral, reeditado na obra citada de Jordi Gràcia, pp. 94-96.

debate cruelmente individualista – a identificação do escritor de ideias com as suas ideias e com a sua escrita – que é, na minha opinião, principal característica dos artigos que pela importância dos que assinaram e pelo valor daquilo que escreveram nunca serão considerados géneros menores.

É, na realidade, o jornalismo literário um género próprio? É-o na medida em que está determinado pela forma, isto é, os jornais, onde se publica. No entanto, o bom jornalismo suporta muito bem as mudanças de formato. Quando se recolhe um conjunto de artigos e se imprimem em forma de livro, costuma vender-se como um ensaio. E, certamente, o nome é adequado. A relação entre artigo de opinião ou literário e ensaio é muito estreita, entre outras coisas porque partilham o facto de serem géneros de máxima abertura quanto aos temas e têm uma disposição de escrita similar: a observação, a aproximação, o gosto pela actualidade, pela discussão ou a incitação, a amenidade expositiva. Tanto o ensaio como o jornalismo são literatura do presente e têm, como eixo, o *eu* que escreve: o ponto de vista do autor convertido em opinião, em sugestão, em crítica, em palavra. De facto, o jornalismo e o ensaio, sobretudo certo tipo de ensaio, estão muito próximos e frequentemente são permutáveis. Isso é particularmente evidente, é tautológico, quando se fala de ensaio e se refere artigos de jornal. O ensaísmo de Joan Fuster – ilustração particularmente apropriada.<sup>12</sup> O jornalismo pode ter também claras relações com outros géneros, como acontece agora com os diários. Por exemplo, os conhecidos *Dietaris* de Pere Gimferrer foram primeiro de tudo, como se sabe, artigos de diário. Também as evocações na imprensa de Joan Perucho, de Sempronio ou de Josep Piera têm muito de diário. Tanto pela atitude de testemunho como pelo sentido do tempo, os escritos do diarista e do jornalista (que escreveu diários e que escreveu em diários) podem confluir.

Para além do exposto e apesar da sua abertura quanto ao tom e aos temas, o artigo de imprensa é um género específico ou uma variedade do ensaio com bastantes características próprias, que provêm da forma de divulgação e do público a que se destina. A abertura temática não é igual. Há também limitação do espaço e exigência de amenidade, condensação ou ligeireza.

O artigo literário é uma criação estranha dos tempos modernos. As suas linhas contadas podem encapsular uma incitação, uma interrogação ou uma vingança, e o seu propósito (ou pelo menos o seu resultado) costuma ser a agitação de umas águas, as da vida cultural, sempre mais corrompida do que o escritor desejaria. Em todo o caso, a eficácia mais imediata está na surpresa. Eugeni d'Ors define o articulista como aquele que faz um «trabalho essencialmente sem importância». É um enunciado feliz porque é exacto. Um bom artigo não é mais do que um instante numa trajectória. Pode ser um prodigioso engenho de agilidade e pontaria, pode expressar a imagem mais aguçada ou a definição mais mordaz, mas a sua beleza, como a sua sabedoria, habita na fragilidade, extremamente débil, do que vive um dia. Talvez seja por isso que o aroma que desprende é tão intenso. O leitor está atento por um instante à solicitação do artigo. Pode fazê-lo sorrir, surpreende-o ou irrita-o. Algumas vezes comenta-o com outras pessoas. Depois, outras vezes, contesta. O articulista sabe que não pode aspirar a mais. Por isso, aqueles que apreciam este tipo de género podem ter em comum com os lepidópterologistas o gosto de colecionarem belezas mortas. Eu considero que não. Esta comparação esquece o essencial. É que, para quem sabe lê-las, as palavras como as ideias bem moldadas, conservam sempre o seu fulgor: a intenção inicial que motiva o artigo pode ser o devaneio, como a oportunidade ou a surpresa, mas a trajectória continua, o jogo atrai, a

<sup>12</sup> E as observações que faz, no prólogo no primeiro volume da sua *Obra Completa* (Barcelona, Edicions 62, 1968), muito apropriadas.

dúvida inquieta, e a flecha bem apontada acerta e toca. A perene resistência ao tempo de muitos artigos – ainda Addison, Lessing, Saint-Beuve, Larra ou Fuster – demonstra que esta «literatura do presente» não deixa de ser literatura, e que pode ser, e frequentemente é grande literatura. Apenas para os leitores dos diários o jornalismo é uma flor de um dia. Na beleza ou na lucidez que pode aportar o seu interior, transcendem as limitações do seu veículo. Um artigo não é uma notícia e por isso pode aspirar a perdurar.

## II

Como é óbvio, a história da literatura catalã em *papel de jornal* está estritamente vinculada à história da imprensa em catalão, e esta é uma história com origens tardias, curtos momentos de esplendor, notórias descontinuidades em diversos terrenos.<sup>13</sup> À margem dos primeiros interesses pela arqueologia do género – como a recolha de panfletos e pasquins que suscitam a guerra das ceifeiras, as numerosas e incipientes gazetas que vão florir no calor da guerra da Secessão, ou o *Diari de Barcelona* que publicou em catalão, durante um curto período, relatos das forças de ocupação durante a invasão napoleónica –, o jornalismo catalão com cabeça, tronco e membros arranca e consolida-se ao longo do século XIX. Iniciámos uma série de publicações festivas do signo mais liberal, como as valencianas *El mole* (desde 1837), *La donsaina* (1844) e *El tabalet* (1847). Na Catalunha, o início da imprensa em catalão é um pouco mais tardia, mas quando arranca é feita com uma enorme diversidade, um interesse e uma continuidade que se procurava inutilmente na imprensa valenciana. Desde *Un tros de paper* de Robert Robert (1865) e o *Calendari català* de Francesc Pelai e Briz (1865), a satírica *L'esquella de la Torratxa* ou *La campana de Gràcia*, publicação festiva, crítica e rebelde de um bairro obreiro e revoltoso, que duraria desde 1870 até 1934, passa-se a uma série de revistas e diários promovidos por grupos políticos, sociais e culturais muito distintos e que apresentam uma notável qualidade. Em 1871 aparece *La Renaixença*, que em 1881 se transforma em diário; em 1878, *La véu de Montserrat*, católica e nacionalista, que em 1891 passa a chamar-se *La véu de Catalunya* e em 1899 passa também a diário. Sob a direcção de Enric Prat de la Riba e com a colaboração, entre outros, de Eugeni d'Ors, *La véu* tornar-se-á num dos principais referentes jornalísticos da Catalunha. Em 1895 aparece *El diari català* e posteriormente outros, muito importantes, como *La publicitat*, *El poble català*, o católico *El mati* ou os diários da Esquerda Republicana *L'opinió*, *La humanitat* e *Última hora*. Joan Fuster vai sintetizar muito bem este crescimento: «em 1895, dos dezasseis diários publicados em Barcelona, apenas um era em catalão; em 1900 já eram seis em catalão em dezoito impressos em castelhano. Givanel i catalogou trezentos e dezanove títulos de publicações jornalísticas em catalão iniciadas entre 1890 e 1909. Faltaria referir as revistas distritais, a maioria escrita em catalão».<sup>14</sup> Aqui iniciará o seu caminho Josep Pla, por exemplo. Para além disso, começam a aparecer as publicações especializadas, da ginecologia ao

<sup>13</sup> Convém consultar, entre outros, Enric Soler e Godes, *Els primers periòdics valencians*, València, Successors de Vives Mora, 1960; Ricard Blasco Laguna, *La premsa Del País Valencià (1790-1983)*, València, 1983; F. Espinet et alii, *Premsa, comunicació i cultura a Catalunya durant el primer terç del segle XX*, Bellaterra, UAB, 1989; E. Marin e Otto, *La premsa de Barcelona Durant la Segona República*, Barcelona, UAB, 1989, e J.L. Gómez Mompert, *La gènesi de la premsa de masses a Catalunya (1902-1923)*, Barçlona, Pòrtic, 1992.

<sup>14</sup> Joan Fuster, *Història de la literatura catalana*, Barcelona, Curial, 6.ª ed., 1982, pp. 17-18.

vegetarianismo, passando pelas revistas de temas policiais e também as publicações culturais de prestígio, das quais algumas se tornaram míticas, como *La Il·lustració catalana*, *L'Avenç*, a *Revista de Catalunya* ou uma montra da modernidade tão sugestiva como *D'ací e d'allà*.

O país valenciano nunca vai chegar, nem de longe, a estes níveis. Ricard Blasco estudou muito bem a história da imprensa valenciana e as suas iniciativas, normalmente de pouca duração. No entanto, desde *Butlletí de Lo Rat Penat*<sup>15</sup> até às notáveis publicações dos anos vinte e trinta, como *El camí*, *Taula de lletres valencianes* ou *La República de les Lletres*, há uma trajectória de consolidação que não podemos menosprezar.

A guerra vai parar tudo isto. O jornalismo do pós-guerra circunscreve-se, num primeiro momento, às publicações de exílio (como *Pont blau*, que também recolhe artigos de escritores do interior, entre os quais Joan Fuster) e as publicações clandestinas ou semiclandestinas (*Lletres*, *Ariel*, etc). Com a lenta suavização do regime é permitido o aparecimento de algumas revistas estéticas, como *Dau al set*, ou vinculadas à igreja, como a primeira *Canigó* ou *Serra d'Or*. Também aparecem alguns artigos em catalão na imprensa em castelhano. Com a debilitação do franquismo e a adaptação à Transição aparecem muitos mais títulos em catalão, tais como *Presència*, *Oriflama* e *Tele-Estel* ou *a València*, *Gorg*, e o efêmero caderno, *Quatre, do diário Dos y dos*. Após a morte de Franco reaparece em Barcelona um diário em catalão, *L'Aui*, em 1976, seguido por *El Punt de Girona*, *El diari de Barcelona*, com curta existência, e as edições traduzidas para o catalão do *El Periódico* e *El Segre*, mais os cadernos em catalão de diários como *La Vanguardia* ou *El País*. Quanto às revistas, é inevitável falar de um seminário como *El Temps*, onde escreveram articulistas do nível de Joan Francès Mira, Valentí Puig, Ramon Barnils, Vicent Martí, Miquel Alberola e Adolf Bertrand, e onde vai iniciar o ofício um jornalista como Vicent Sanchis, ou publicações literárias tão excelentes como *L'espill* ou *Caràcters*, e recordar, pelo menos, a grande quantidade de imprensa distrital, de diversa periodicidade e frequentemente de muito bom nível, que proliferou nestes anos. Nela fizeram os seus primeiros escritos muitos escritores actuais. Contar e debater não é muito, mas é alguma coisa.

No que se refere à literatura que se praticou nestes jornais, é necessário fazer uma chamada de atenção. Estaríamos completamente errados se pensássemos que a imprensa catalã veiculou todos os debates, opiniões e interesses que existiram nos países de fala catalã. Em todos eles, a imprensa em castelhano foi maioritária e algumas vezes a única existente. A maioria dos escritores e jornalistas que falam catalão e que escrevem catalão, publicaram uma boa parte da sua obra nestes jornais. O castelhano é a língua da maior parte de artigos, muito influentes, de Joan Sarda e Josep Yxart, do século XIX, e de Joan Maragall, Gaziell, Josep Pla ou Joan Fuster do século XX. Alguns, como Azorín ou o mesmo Llorente, apenas escreveram artigos nessa língua. Hoje em dia, é a língua da maioria de artigos de Quim Monzó, Baltasar Porcel, Valentí Puig, Miquel Alberola ou Adolf Bertrand, todos eles comprometidos com a língua e a literatura catalã. É que os jornais, e cada jornal, têm as suas servidões. Uma parte insignificante dos livros de ensaio da nossa literatura foi publicada antes, como artigos, num outro idioma. O facto, como tal, não é relevante do ponto de vista literário, porque muitas vezes foram traduzidos para o catalão pelo mesmo autor. Mas sim do ponto de vista da história da informação que em todo o caso se deve ter em conta.

A história da literatura em papel de jornal tem uma pré-história, formada por uma série variada de textos, reuniões de notícias, diários institucionais e pessoais, conjuntos de notícias e literatura

<sup>15</sup> Estudado por Ricard Blasco em *Constantí Llombart i «Lo Rat Penat»*, València, Diputació, 1985.

de cordel, que informavam as pessoas do que se passava antes da regularização editorial que representa a imprensa. O País Valenciano tem exemplos prematuros, como o *Dietari de Melcior Miralles* (1477), os *Llibres de memòries de diversos successos da Generalitat*, e o *Llibre d'antiguitats da Seu*. Desde o século XVI até ao século XVIII a literatura diáristica e as relações testemunhais recolhem um conjunto de notícias, expostas de um ponto de vista pessoal e muito frequentemente como uma prosa bastante viva. Vicent Escartí estudou muito bem esta produção. Destacamos alguns clássicos, como as *Cròniques* de Guillem Ram Catalã, Miquel Garcia e Lluís de Quas, o *Dietari* de Jeroni Sòria, a *Autobiografia* de Bernat Catalã de Valeriola, a *Relació verdadera de l'extinció dels moriscos* de Maximilià Cerda de Tallada e os extensos e ricos *Dietaris* de Pere Joan Porcar e Joaquim Aierdi. Os principais representantes do género na Catalunha são Jeroni Pujades e o prolífero barão de Maldá. A imprensa substituirá completamente o aspecto noticioso, fixador dos factos no tempo, deste tipo de literatura.

Se tivéssemos de recordar o que perdurou na literatura em *papel de jornal* na nossa língua, deveríamos começar por reconhecer a importância decisiva da imprensa, no século XIX, na formação da prosa – uma prosa clara, com sabor e com sentido –, em catalão, graças aos vivíssimos quadros de costumes, repletos de intencionada graça narrativa, de Robert Robert, de Emili Vilanova e, posteriormente, de Gabriel Maura. Quanto ao articulismo *tout cour* tem os primeiros grandes nomes em Valentí, como prosista literário ou político, Enric Prat de la Riba, político, Josep Yxart e Joan Sarda, literários, Pere Aldavert e Joan Maragall, com um registo bastante amplo. Pere Aldavert, autor das séries de *Nós amb nós* tem algum direito ao título de iniciador, entre nós, do articulismo jornalístico como um género completo e bem articulado. Os seus artigos, inteligentes e saborosos, deveriam ser reeditados, e a sua figura merece muito mais estudo e reconhecimento do que aquele que tem neste momento.<sup>16</sup> O articulismo de Maragall, sempre sensível, reflexivo e moralmente implicado nas vicissitudes da cidade, representa o aparecimento entre nós da figura do intelectual moderno. E é necessário dizer que não pertence a um alto nível. Embora tenha escrito a maior parte dos seus artigos em castelhano, de entre os que redigiu em catalão há um dos textos mais nobres e honestos que se podem ler neste idioma, chama-se «La ciutat del perdó» («A cidade do perdão»), que indultava Ferrer i Guardià. Lamentavelmente, Prat de la Riba censurou este texto que agora honra as nossas letras. Limitações da imprensa de que aqui temos um exemplo.<sup>17</sup>

Os últimos artigos de Maragall coincidem com as primeiras glosas de Eugeni d'Ors, Xénius. A figura de Xénius e o seu enorme impacto na sociedade catalã, não está completamente assimilada nem pelos historiadores da literatura nem pelos da sociedade (têm dito coisas muito interessantes os historiadores das ideias, como Nòbert Bilbeny<sup>18</sup>), e as suas obras completas vão sendo editadas

<sup>16</sup> Pelo facto de que boa parte da obra pioneira de Pere Aldavert estar dependente de reedição já se insinua que nem o jornalismo literário nem o ensaísmo recebeu entre nós a atenção bibliográfica que merece. À parte de um tratamento geral bastante bem contextualizado nos volumes correspondentes da *Història de la literatura catalana* (Barcelona, Ariel, 1986-1989) dirigida por Joaquim Molas, o leitor pode consultar obras como *El pensament periodístic a Catalunya* (Barcelona, Curial, 1987) de Josep Casasús antes de se iniciar em períodos e autores concretos. Há também uma antologia de artigos ensaísticos, um pouco antiga mas ainda útil, de Vicent Salvador, *Tebeos per a Intel.lectuals* (Valência, 3i4, 1985). Sobre Aldavert, há referências nas obras de Carola Durant Tort, *Índexs de la Renaixença (1871-1880)*, Barcelona, Barcino, 1998, e *Propostes del catalanisme intransigent*, Barcelona, Dalmau, 1999.

<sup>17</sup> O artigo pode ser lido, de entre outros sítios, em *Elogi de la paraula i altres assaigs*, Barcelona, Edicions 62, 1978. Sobre o jornalismo de Maragall, talvez seja a aproximação mais completa no volume que lhe dedica Joan-Lluís Marfany na *Història de la literatura catalana*, vol. VIII, Barcelona, Ariel, 1986.

<sup>18</sup> Muito especialmente em *Eugeni d'Ors i la ideologia del Noucentisme*, Barcelona, La Magrana, 1988.

com uma parcimónia tristemente significativa. Em qualquer caso, Xénius é um equivalente suficiente exacto (na eficácia, e não na direcção) da figura de Karl Krauss em Viena: o intelectual orientador, que instiga, propõe, veta e marca o terreno de jogo da modernidade. Por outro lado, para além de ser um mandarim cultural de grande êxito, Xénius era um estilista excepcional, barroco e ao mesmo tempo ágil, conserva intactas essas qualidades que o vão tornar influente e que agora fazem da sua leitura uma delícia intemporal.<sup>19</sup>

Da mesma época de Xénius foram outros escritores consideráveis, como o maiorquino Gabriel Alomar, de quem agora, por fim, se reeditaram os artigos, elegantes e provocadores, muito atentos às pulsações do seu tempo<sup>20</sup>; Jaume Brossa<sup>21</sup>, um escritor lúcido, e injustamente afastado; Pere Coromines, com mais voo intelectual do que eficácia expressiva; o humorista e excitante Francesc Pujols, ou Santiago Rusiñol, os artigos que flutuam entre a brincadeira, a agitação estética e a lírica. Ao lado de Xénius houve também um amplo leque de escritores que imitavam ou pelo menos compartilhavam a estética. É a época de Joan Estelrich e Agustí Esclasans, do amável Josep Folch i Torres, do reaccionário Ramon Rucabado e de pessoas *civilizadas* como Domènec Guansé, Charles Rahola e Carles Soldevila. Entre os grandes, os *Bonhomies* de Josep Carner e os artigos de Bofill e Mates – não tão memoráveis, nem tão ácidos, como os poemas que assinava com os pseudónimos de Guereu de Liost –; as prosas do maiorquino Miquel dels Sants Oliver, sempre elegantes e ponderadas<sup>22</sup>, ou as estudiosas críticas literárias de Carlos Riba.

Mas a riqueza do jornalismo catalão anterior à guerra é imensa. Seria suficiente um só nome para confirmar: Josep Pla, natural de Empordà, grafologista.<sup>23</sup> O seu jornalismo é uma lição constante de fineza observadora, plasticidade expositiva, amenidade e riqueza, que os prosistas catalães fariam bem em não esquecer. Pla retratou todo um mundo – opinando-o, desenhando-se ele mesmo no profuso espelho da sua escrita – com uma agudeza sem concessões. Lê-lo é habituar-se a captar a beleza deslumbrante das suas descrições, ou a vigorosa crueldade. É também assistir a um espectáculo em que tudo respira, se move e discute com uma ironia e uma vivacidade infinitas: uma daquelas raras experiências em que, pela sua sorte, o leitor de literatura catalã penetra/mergulha na grandeza.

Mas a extensa obra de Pla não deveria ocultar outros articulistas daqueles anos que, afortunadamente, agora se reeditam. Entre os melhores, Josep M. de Sagarra, um mestre irónico e expressivo, capaz de qualquer audácia; Gaziel – que em catalão escreveu poucos artigos, mas todos de excelente qualidade –; Eugeni Xammar, companheiro de aventuras europeias de Pla e também

<sup>19</sup> Sobre d'Ors, para além do livro de Norbert Bilbeny anteriormente citado, Enric Jordi, *Eugeni d'Ors, obra i vida*, Barcelona, 1967 (reeditado em Barcelona, Quaderns Crema, 1990); Mercè Rius, *La filosofia d'Eugeni d'Ors*, Curial, 1991, e Vicente Cacho Viu, *Revisión de Eugenio d'Ors*, Barcelona, Quaderns Crema-Publicaciones da Residência de Estudantes. Também é conveniente ler as excelentes páginas que lhe dedica Joan Fuster, compiladas no quarto volume das suas *Obres Completes* (Barcelona, Edicions 62, 1975, pp. 283, 322).

<sup>20</sup> Em *Obres Completes*, ao cuidado de Jordi Catellanos, vols. II e III, Maiorca, Moll, 2000. Sobre Alomar, Antoni Serra, *Gabriel Alomar, l'honestadad difícil*, Palma, Ajuntament, 1984.

<sup>21</sup> Há uma aproximação interessante a Jaume Brossa em Joan-Lluís Marfany, «Jaume Brossa, algunes dades noves», *Els Marges*, 35, e no capítulo correspondente à *Història de la literatura catalana*, Vol. VIII.

<sup>22</sup> Vale a pena consultar a introdução de Damià Pons Pons a *Cosecha periodística* (Mallorca, et Tall, 1990), de Oliver.

<sup>23</sup> Entre a inúmera e considerável bibliografia que suscitou a obra de Pla, atrevo-me a destacar *Josep Pla o la raó narrativa* (Barcelona, Destino, 1978) de Josep M. Castellet; *Josep Pla, el difícil equilibri entre literatura i política* (Barcelona, Curial, 1994) de Cristina Badosa; *L'home de l'abric* (Barcelona, Destino, 1998) de Valentí Puig, e *Josep Pla: ficció autobiogràfica i veritat literària* (Barcelona, Quaderns Crema, 1997) de Xavier Pla.

dotado, como ele, de uma visão penetrante e uma escrita viva, atenta aos pormenores reveladores; o recente recuperado Josep M. Planas, da estética e um pouco *boulevardiere* de noite e arriscadamente comprometido de dia; o filósofo Joan Crexells<sup>24</sup>; o sempre trabalhoso Antoni Rovira i Virgili, a corajosa Irene Polo<sup>25</sup>, ou a jovem e já rebelde Mercè Rodoreda, entre muitos outros. A verdade é que se escrevia muito bem naquela imprensa. Com ofício, com agudeza, com uma ponta de intenção provocadora, com um grande estilo. Provoca um pouco de inveja, e ao mesmo tempo assusta-nos o delicado trabalho de artesanato de muitos daqueles papéis escritos, necessariamente escritos muito rapidamente, numa curta corrida.

No País Valenciano nos anos anteriores à guerra assistimos a uma floração menor, mas também interessante, de jornalismo em catalão. Destacamos nomes como Carles Salvador, a impetuosa vedeta da modernidade literária, Emili Gómez Nadal que defende um marxismo bastante atento à questão nacional. Mais muita gente a relembrar como Francesc Almela i Vives, Francesc Caballero Muñoz, Angelí Castañer, Enric Duran i Tortajada, Gaetà Huguet Segarra, Teodor Llorente Falcó, Eduard López-Chávarri, Enric Navarro Borrás, Artur Perucho, Adolf Píscueta, Joaquim Reig, Manuel Sanchis Guarner, Enric Soler i Godês, Maximilià Thous Llorens, Angel Sánchez Gozalbo<sup>26</sup>. A guerra veio interromper e veio fazer cair o jornalismo valenciano no estreito gueto da imprensa mais fraca, das publicações locais ou dos artigos que sobravam nos diários em castelhano.

Não obstante, a grande época do jornalismo em catalão vai ter pelo menos um sucessor da sua estatura num tempo muito mais obscuro. Estamos a referir-nos, como é óbvio, a Joan Fuster i Ortells<sup>27</sup>. Menos lírico, menos «literário», muito menos descritivo que o dos seus precedentes, o jornalismo *fusteriano* aposta decididamente na controvérsia intelectual, a agitação e o debate das ideias, a polémica ou a incitação investigadora. Mas por detrás deste conceptualismo, vitalizante, há toda a jovialidade, com que Fuster baralha a sua linguagem. A impressionante alegria da escrita de Fuster faz amar os seus textos, sobretudo os mais ocasionais e conduz o leitor até onde ele quer. A destreza, o humor ácido, o lúcido engenho e ágil variedade de temas e atitudes de que sempre se orgulha relacionam estreitamente a esgrima intelectual de Fuster com a contundente arte descritiva de Pla e, de uma forma indirecta, com o autoritarismo displicente e estilizado de Xénius, e situamo-lo, sem dúvida, entre os melhores jornalistas em língua catalã.

No pós-guerra, escrevendo dentro ou fora, falta recordar a trajectória de articulistas como Guillem Riera Llorca, Pere Calders ou Maurício Serrahima; um punhado de artigos, curtos, mas interessantíssimos, de Salvador Espriu ou os primeiros passos críticos de Joan Teixidor e Joan Triadú. Ainda que escassas, as intervenções na imprensa de Gabriel Ferrater merecem ser recordadas, sobretudo pela sua prosa, clara e exigente como uma cominação moral, e ao mesmo tempo inteligente até à exacerbação. Por outro lado, Ferrater também não ignorava a arte de

<sup>24</sup> O melhor tratamento em livro desta notável figura, de quem se publicou as obras completas, continua a ser o de Nòbert Bilbeny, *Joan Crexells en la filosofia de Noucents*, Barcelona, Dopesa, 1979.

<sup>25</sup> De quem se acaba de publicar uma fresca recolha de artigos, *La fascinació del periodisme*, ao cuidado de Glòria Santa-Maria e Pilar Tur (Barcelona, Quaderns Crema, 2003).

<sup>26</sup> Uma boa amostra desta produção na antologia ao cuidado de Josep Iborra, *Taula de Lletres Valencianes (selecció de textos)*, València, IVEI, 1988. A obra de Gómez Nadal é acessível na mesma colecção.

<sup>27</sup> Entre a crescente bibliografia sobre Joan Fuster, o melhor ensaísta e sem dúvida o articulista mais prolífero das letras catalãs, podemos destacar: Josep Iborra, *Fuster portátil*, València, 3i4, 1982; Antoni Riera, *La raó moral de Joan Fuster*, Barcelona, Curial, 1993, e *Rellegir Fuster*, Alzira, Bromera, 1995; Francesc Pérez Moragón, *Joan Fuster, el contemporani capital*, Alzira, Germània, 1994, e Vicent Salvador, *Fuster o l'estratègia del centaure*, Picanya, Edicions del Bullent, 1994.

injuriar.<sup>28</sup> Entre os valencianos, escritores tão conhecidos que começaram a intervir na imprensa naqueles anos difíceis: Vicent Andrés Estellés, Vicent Ventura e Josep Iborra.

Nos últimos dias do regime vão recuperar-se velhas vozes de antigos exilados; Ao mesmo tempo inúmeros escritores começam a escrever o artigo de imprensa. É o tempo em que são frequentes os artigos de Avel·lí Artís Gener, e de outro Avel·li Artís, que assinava como Sempronio; e também Albert Manent, Manuel de Predolo, Pere Calders, Teresa Pàmies, Maria Aurélia Capmany, Josep M. Espinàs, Jaume Lorés, ou os jovens Joan de Sagarra, Robert Saladrigas e Baltasar Portel. Nas publicações valencianas são frequentes os nomes de Gonçal Castelló, Joan Francesc Mira, Alfons Cuco, Amadeu Fabregat, Rafael Ventura Melià ou Vicent Soler.

Desde a transição, a lista de jornalistas com habilidade e engenho voltou a aumentar, e muitos deles começam agora a produção. Como a exaustividade é a ante-câmara do tédio, limitar-me-ei a uma amostra muito reduzida de nomes que considero representativos: começamos por um tão literário como Pere Gimferrer, seguindo por Quim Monzó, sempre ácido e irreverente; Montserrat Roig, subtil e humana, tristemente desaparecida, como também Ramon Barnils, que tinha convertido o artigo breve num afiadíssimo jogo de flechas onde ele ganhava sempre; Pere Rovira, capaz de condensar a intensidade da elegia e a obstinada surpresa da vida em poucas linhas; o observador perspicaz, e de vez em quando indulgente, que é Valentí Puig; Joan Ferraté e a sua mordacidade insuperada; Miguel Pailó, sempre atento e intuitivo; Joan Francesc Mira, sintético e brilhante, com uma prosa de impecável fluidez; o displicente sarcástico Joan de Sagarra; Narcís Comadira e as suas paisagens líricas; mais as instantâneas culturais de Agustí Pons e os incisivos comentários de Xavier Bru de Sala. Entre os mais jovens, há um conjunto de prosistas brilhantes, contundentes, por vezes evocadores e outros sarcásticos, frequentemente artificiosos, muito prometedores. Penso em Ponç Puigdevall – um crítico independente e lúcido, de intuição acelerada e dicção densa –, Ferran Toutain, Imma Monzó, Màrius Serra, Julià Guillamon, Antoni Puntí, Jaume Subirana, Ferran Sàez, Francesc Marc Álvaro, J. J. Navarro Arisa, Albert Sàez ou Antoni Puigverd.

Entre os valencianos consolidou-se também, e já era o momento, uma série de nomes dignos de se ler, e alguns certamente brilhantes, ainda que as ocasiões de publicar não abundem. Aos veteranos como Vicent Alonso, Josep Vicent Marqués, Vicent Raga, Ignasi Mora, Josep Piera, Rafa Ventura Melià, Gustau Muñoz, Antoni Ferrer Perales, Vicent Martí, Miquel Alberola, Adolf Beltran ou Francesc Calafat – uns mais «literários» e outros mais «jornalísticos» –, falta acrescentar agora um conjunto de jornalistas jovens, bem informados, que asseguram a manutenção dos valores intelectuais, informativos literários que dão sentido ao género. Com pessoas como Guillem Calaforra, Pere Ciscar, Martí Domínguez, Joan Gari, Miracle Garrido, Maite Insa e Alfred Mondria, entre tantos outros, a literatura catalã continuará a dar que pensar ler, em doses pequenas mas minuciosamente calibradas, por muitos anos.

## Referências bibliográficas

Abril Vargas, Natividad, (1999), *Periodismo de opinión*, Madrid, Síntesis.  
Bataillon, Marcell, *Erasmus e Espanha*, México, FCE, 2.ª ed.

<sup>28</sup> Uma pequena mas notável amostra de tudo isto em *Álbum Ferrater*, ao cuidado de Jordi Cornudella e Núria Perpinyà (Barcelona, Quaderns Crema, 1993). Sobre Ferrater, o leitor pode consultar Núria Perpinyà, *Gabriel Ferrater, recepció i contradicció*, Barcelona, Empúries, 1998. Outros estudos recentes centram-se, sobretudo, na obra poética.

- Casasús, Joseph (1987), *El pensament periodístic a Catalunya*, Barcelona, Curial.
- Chillón, Lluís-Albert (1993), *Literatura i periodisme*, València, Universitat.
- Díaz Noci, Javier (1996), *Periodismo y argumentación*, Bilbao, Universidad del País Vasco.
- Espinete, F., et alii (1989), *Prensa, comunicació i cultura a Catalunya durant el primer terç del segle XX*, Bellaterra, UAB.
- Fuster, Joan (1982), *Història de la literatura catalana*, Barcelona, Curial, 6.ª ed..
- Gómez Mompertj, L. (1992), *La gènesi de la premsa de masses a Catalunya (1902-1923)*, Barçona, Pòrtic.
- Gomis, Lourenço (1989), *Teoria dels gèneres periodístics*, Barcelona, Generalitat.
- Leon Gross, Teodoro (1996), *El artículo de opinión*, Barcelona, Ariel.
- López Pan Fernando, *La columna periodística. Teoría y práctica*, Pamplona, Universidad de Navarra
- Marfany, Joan-Lluís (1986), *Història de la literatura catalana*, vol. VIII, Barcelona, Ariel.
- Marin, E. e Otto (1989), *La premsa de Barcelona Durant la Segona República*, Barcelona, UAB.
- Martínez Montón, Rosa (1997), *Textos periodísticos de opinión (1975-1996)*, Barcelona, Hermes.
- Miguel, Armando (1982), *Sociología de las páginas de opinión*, Barcelona, ATE.
- Molas, Joaquim (org.), (1986-1989), *Història de la literatura catalana*, Barcelona, Ariel.
- Moreno, Víctor (1996), *De brumas y veras. La crítica literaria en los periódicos*, Pamplona, Pamiela.
- Palacio, Juan Gutiérrez (1984), *Periodismo de opinión*, Madrid, Paraninfo.
- Palomo, María Pilar (ed.), (1997), *Movimientos literarios y periodismo en España*, Madrid, Síntesis.
- Palomo, María Pilar Palomo (ed.), (1996), *El ensayo español, los contemporáneos*, Madrid, Crítica.
- Santa-Maria, Glòria e Tur, Pilar (2003), *La fascinació del periodisme*, Barcelona, Quaderns Crema.
- Soler e Godes, Enric (1960), *Els primers periòdics valencians*, València, Successors de Vives Mora.
- Touton, Ferran (2001), *Sobre l'escriptura*, Barcelona, Trípodós.
- Vallejo Mejía, Mary Luz (1993), *La crítica literaria como genero periodístico*, Pamplona, EUNSA.



## **JORNALISTAS PORTUGUESES DA HOMOGENEIDADE APARENTE ÀS DISTINÇÕES NECESSÁRIAS**

Entre os grupos profissionais que nos últimos anos têm entre nós – por bons ou menos bons motivos – ganho maior notoriedade pública encontram-se, sem dúvida, os jornalistas. O grande número de universidades e institutos superiores que ministram cursos nesta área (cerca de três dezenas) e a sedução que a profissão continua a exercer sobre os jovens, aí estão para o provar. Entretanto, a admiração, a desconfiança ou o simples interesse pelos jornalistas não têm em conta, muitas vezes, que estes não podem ser todos identificados nem com a meia dúzia de caras conhecidas que aparecem nos telejornais nem com os estereótipos divulgados nos filmes e séries televisivas.

O nosso objectivo aqui é precisamente chamar a atenção, tendo em conta o que se passa em Portugal, para o facto de que a realidade do campo jornalístico é muito mais vasta, complexa e diversificada do que à primeira vista pode parecer, e está longe da uniformidade sugerida por qualquer das citadas ou outras apressadas identificações.

A profissão, mesmo se considerarmos apenas a imprensa, não tem nada a ver com «um exército bem alinhado, de caneta ao ombro e marcha cadenceada» (AGNÉS, 2002: 22). Particularmente desde o nascimento da imprensa moderna, na segunda metade do século XIX, na sequência da progressiva substituição do jornalista-proprietário pelo jornalista-funcionário de uma empresa e o surgimento da reportagem como uma nova forma de tratamento da realidade (NOBRE-CORREIA, 2002: 85; TENGARRINHA, 1989), não é possível falar dos jornalistas como um grupo profissional homogéneo. A posterior evolução da imprensa e o aparecimento da rádio, da televisão e da

**Fernando Correia**

Universidade Lusófona de Humanidades e  
Tecnologias

internet, a chegada das novas tecnologias ao sector e os novos enquadramentos empresariais, entre outros aspectos, vieram acentuar, e de forma mais evidente nos últimos anos, uma grande diversificação interna.

A informação que quotidianamente nos chega através dos diversos media implica necessariamente formas diferentes de *exercer o jornalismo* e de *ser jornalista*, dependentes, como veremos, de factores como o suporte utilizado, as funções exercidas, o lugar na hierarquia, o estatuto laboral ou o órgão em que se trabalha. Não ter em conta esta diferenciação revela-se, nomeadamente no quadro de certo tipo de abordagens de carácter generalizante – incluindo, naturalmente, por maioria de razões, de âmbito académico – uma perigosa abstracção, causadora de insanáveis debilidades e distorções nas metodologias, nas diversas fases da investigação e nas conclusões.

Isto, evidentemente, sem prejuízo dos pontos comuns tanto sob o ponto de vista da prática profissional como principalmente dos princípios de responsabilidade social e das regras éticas que regem a profissão – tema este, porém, que aqui não nos ocupará.

## Os diversos suportes

Uma frase consagrada sintetiza as diferenças e, ao mesmo tempo, a identidade e a complementaridade dos media «tradicionais»: *a rádio anuncia, a televisão mostra e a imprensa explica*. Com efeito, um primeiro critério para a avaliação das diferenças poderá ser o tipo de media em que o jornalista trabalha (JANVIER, 2001: 54-59; CORREIA, 1997: 171-186; SAUVAGE, 1988). Consideremos cada um dos casos, ainda que de forma muito sucinta.<sup>1</sup>

O jornalista da *imprensa* escrita, dadas as próprias características do media, deverá, de uma maneira geral, ter como principal preocupação, para além da descrição dos factos, a descoberta das causas, a pormenorização e a contextualização. Depois de ouvido na rádio e visto na televisão, o acontecimento precisa de ser explicado, e a capacidade para o fazer cabe principalmente aos jornais. Por isso, ao jornalista de imprensa convém, quase diríamos mais do que qualquer outro, ter o gosto e a competência para investigar – o que não significa que na rádio, na televisão e mesmo no *online* não haja condições, mesmo tendo em conta as suas linguagens específicas, para o bom jornalismo de investigação.

Mas a própria imprensa não é uniforme, e a sua diversidade implica formas diferentes de trabalhar. Por exemplo, enquanto nos diários o jornalista, em geral, dispõe de muito pouco tempo para tratar o acontecimento, nos semanários, mais vocacionados para a síntese das principais notícias da semana e para os artigos de análise, esse tempo é (relativamente) maior e existe mais disponibilidade para o aprofundamento, a explicação, o *background* e o comentário.

Tal facto não impede que da parte dos diários – nomeadamente da chamada imprensa de referência – haja alguma preocupação (infelizmente muito menor do que seria de desejar) em «tentar ir mais longe» na abordagem de determinados acontecimentos, enquanto, pelo seu lado, os

<sup>1</sup> Em 1997, entre os 4247 jornalistas com carteira profissional, 2605 (61,3%) trabalhavam na imprensa escrita (2133 na imprensa nacional e 427 na imprensa regional), 783 (18,5%) na rádio, 621 (14,6%) na televisão e 238 (5,6%) em regime livre (*freelance*). Para estes e outros dados sociográficos sobre as principais tendências de evolução do universo dos jornalistas portugueses, ver SILVA, 2000.

semanários de informação geral (jornais, como o *Expresso* ou o *Independente*, ou *newsmagazines*, como a *Visão* ou a *Focus*), tudo fazem para concorrer não só com os outros semanários mas também com os diários, incluindo os do próprio dia, publicando cachas e tratando assuntos ausentes do noticiário da semana ou abordando-os sob novos ângulos.

Pode dizer-se que cada tipo de jornal ou de revista, conforme o seu público-alvo e as respectivas características, implica uma forma particular de tratar a actualidade. Mas se há um importante requisito comum aos jornalistas da imprensa, esse é, certamente, o de saber escrever bem. É certo que se trata de uma qualidade igualmente indispensável aos jornalistas dos outros media, mas a verdade é que a palavra impressa pode ser guardada, relida e avaliada, enquanto que a ouvida, mesmo que no momento escandalize pela pronúncia ou pela gramática, rapidamente se esfuma no turbilhão das que a antecederam e das que se lhe seguem...

Quanto à *rádio*, a sua grande vantagem reside na capacidade de divulgar os acontecimentos primeiro do que qualquer outro meio, graças a uma flexibilidade que lhe permite não só a transmissão em directo, quando isso é viável (e recomendável, o que nem sempre é o caso), mas também, em qualquer momento, a interrupção da emissão – possibilidades estas, entretanto, que a televisão também vai crescentemente possuindo.

Ainda mais do que o da imprensa diária, o jornalista da rádio tem um tempo geralmente muito limitado para tratar o acontecimento: enquanto para aquele o intervalo entre edições é de 24 horas, para este é de uma hora, ou mesmo meia hora... E no caso da emissão em directo o funcionamento é em tempo real, com todas as dificuldades ou mesmo armadilhas que tal situação implica para um jornalista que se pretenda um mediador entre o acontecimento e o público, e não um mero «pé de microfone» que se limita a servir de transmissor, mensageiro ou, como alguns representantes dos poderes (económico, político, desportivo e outros) parecem desejar, simples «moço de recados».

Costuma dizer-se do jornalista de *televisão* que deve ter boa presença, palavra fácil, capacidade de improvisação, serenidade perante o imprevisto... Tudo isto é verdade, não o sendo menos que algumas destas características são comuns aos profissionais dos outros media. Mas terá que ser sublinhado que tais características se aplicam, principalmente, apenas a uma parte dos jornalistas de televisão: os apresentadores de telejornais e outros programas informativos, e os repórteres encarregues de entrevistas filmadas e de emissões em directo.

São estes, sem dúvida, que melhor encaixam no perfil do jornalista televisivo, no que este media tem de mais próprio: a utilização da imagem – quer ela seja relativa aos acontecimentos, quer aos que os apresentam ou comentam. Mas é preciso não esquecer que no anonimato das redacções dos grandes canais generalistas há dezenas de profissionais que investigam, entrevistam, recolhem depoimentos, escrevem, etc., desempenhando uma série de tarefas indispensáveis à elaboração dos programas de informação – noticiosos, de reportagem ou de investigação. Aliás, observação idêntica deverá ser feita em relação ao jornalismo radiofónico.

O século xx terminou, como que a confirmar a razão dos que lhe vinham chamando o século da informação e da comunicação, com uma nova e de algum modo revolucionária forma de praticar o jornalismo e também de relacionamento com o público: o *jornalismo digital*, ou *online* ou ciberjornalismo. O pioneiro em Portugal foi, em 1998, o Setúbal na Rede (curiosamente, um órgão regional), seguindo-se-lhe, no ano seguinte, o Diário Digital.

O novo media implicou para o jornalista não, propriamente, uma forma completamente diferente do exercício da profissão, mas pelo menos a necessidade de acentuar certas formas do *fazer*

*jornalístico*, em parte importadas do audiovisual: a frase curta e simples, o texto pequeno e, acima de tudo, a rapidez. É esta, na verdade, que constitui a característica mais distintiva e, simultaneamente, a grande vantagem do jornalismo digital, ao permitir não só o acesso do público (e dos jornalistas dos outros media...) à informação praticamente em tempo real mas também e principalmente a possibilidade da sua constante e permanente actualização.

Os avanços tecnológicos proporcionaram a este novo tipo de jornalismo outras vantagens, nomeadamente a possibilidade do recurso à imagem e ao som, assim como a utilização dos hipertextos, deste modo podendo compensar os aspectos redutores da rapidez e da brevidade com o acesso a textos variados (reportagens, entrevistas, biografias, documentos, etc.) de aprofundamento ou de *background*.

Percebem-se as vantagens, mas é preciso não esconder as desvantagens ou mesmo os perigos. A rapidez, isto é, a pressa em ser o primeiro a dar a informação, pode facilmente levar à cedência perante tentações perversas, como o *esquecimento* da confirmação e do contraditório – divulga-se a primeira versão do acontecimento, e a outra ou as outras ficam para depois... Por outro lado, a facilidade do contacto com as fontes (algumas fontes...) propriamente ditas e com uma multiplicidade de sítios (alimentados por quem, com que bases e intenções?) fornecedores de informação (com que credibilidade?) *prendem* o jornalista *online* ao computador e empurram-no para o sedentarismo, limitam-lhe o contacto directo e pessoal com as pessoas e os acontecimentos, fazem com que o *real* seja progressivamente substituído pelo *virtual*. Não podendo ser esquecido, entretanto, que as figuras do repórter ou do enviado especial também existem em pelo menos alguns dos nossos jornais digitais.

## As diversas funções

Independentemente dos suportes utilizados, a actividade jornalística exerce-se de diferentes formas, com o recurso a dispositivos, comportamentos, competências e rotinas que por vezes têm pouco em comum. Se é certo, como sublinha Sophie Janvier, que, por um lado, existe uma tendência crescente para a polivalência, com o aparecimento de profissionais que, por exemplo, simultaneamente escrevem e fotografam ou filmam, não é menos certo que as redacções de grande dimensão continuam organizadas de forma compartimentada (JANVIER, 2001: 59). Esta é uma realidade que cada um pode comprovar pela simples leitura das fichas técnicas dos principais diários e semanários.

O que se passa é que a complexidade e diversificação da organização dos media e das temáticas abordadas exigem uma maior especialização dos jornalistas no que toca aos seus conhecimentos sobre esta ou aquela matéria (conhecimentos económicos, jurídicos, militares, médicos, ambientais, etc.). Ao mesmo tempo, porém, devido à transformação da informação num negócio envolvendo cada vez mais meios financeiros e exigindo cada vez mais lucros, acompanhada pelo movimento de concentração da propriedade em grupos económicos possuidores de diversos tipos de media (imprensa, rádio, televisão, *online*), leva a que a pressão do patronato se faça no sentido de que esta especialização temática seja acompanhada por (e muitas vezes submetida a) uma *polivalência funcional*, com o mesmo jornalista a tratar a mesma notícia para os diversos media do grupo, ou seja, para diversos suportes.

Como facilmente se verifica, não estamos aqui perante necessidades ditadas por interesses jornalísticos e informativos, mas sim por políticas viradas para a economia de meios, neste caso de meios humanos, correndo o risco de pôr em causa o bom desempenho do jornalista e a qualidade da informação: cobrir um acontecimento para a rádio não implica as mesmas competências, experiência e saberes do que fazê-lo para a imprensa ou para a televisão...<sup>2</sup>

A verdade, de qualquer modo, é que, independentemente da especialização temática ou da polivalência funcional, o jornalista, hoje em dia, pode ter que trabalhar numa grande diversidade de funções, o que, mais uma vez, põe em causa a aparente uniformidade da profissão, quando vista de fora ou com base em generalizações. Trata-se de funções que em alguns casos se têm concretizado numa certa continuidade de trabalho, havendo jornalistas que, ultrapassados os quatro ou cinco anos iniciais de profissão, se acabam por fixar, por vezes até ao fim da carreira, numa determinada função, mesmo que mudando de órgão de informação. Noutros casos, a não fixação numa função (ou numa especialização temática) tem como consequência a dificuldade no domínio dos instrumentos de trabalho e a superficialidade das abordagens.

Que funções são essas? Muitos autores estão de acordo em considerar, por um lado, aquilo a que chamam os jornalistas «nómadas» e, por outro, os «sedentários», sendo que existe um terceiro grupo, os «sedentários/nómadas», que reúnem características de uns e de outros (JANVIER, 2001: 59-81). Iremos aqui ter em conta este critério, aplicado à realidade portuguesa.

Os «nómadas» são constituídos pelos tradicionais repórteres, figura surgida no final do século XIX, ligada ao aparecimento e ao desenvolvimento da fase industrial da imprensa, e que desde então até hoje tem simbolizado os aspectos mais sedutores e espectaculares da profissão, glosados e mitificados na literatura e no cinema. O repórter é o jornalista que trabalha essencialmente fora da sala de redacção, na qual só permanece para preparar e, posteriormente (e nem sempre, como acontece no caso dos enviados especiais), escrever os seus textos, nomeadamente reportagens e entrevistas.

Mas ao lado (ou *por baixo*, se tivermos em conta a pirâmide organizativa da sala de redacção) dos «grandes repórteres» (alguns figuram, como tal, nas fichas técnicas dos jornais), incumbidos dos serviços de maior responsabilidade e profissionalmente mais exigentes, também há os repórteres das secções de «cidade», da «sociedade» ou do «local», encarregues de missões mais modestas, menos espectaculares mas nem por isso menos essenciais à produção dos noticiários, como as conferências de imprensa, os desastres, os crimes, as recolhas de opiniões no fim das reuniões políticas ou dos jogos de futebol e outros acontecimentos da rotina diária.

A figura do repórter está de tal modo ligada à essência e mesmo à constituição da profissão – na medida em que o seu aparecimento assinala a substituição do jornalismo de opinião pelo jornalismo noticioso e o conseqüente nascimento do jornalismo moderno (TENGARRINHA, 1989) – que mesmo muitos jornalistas «sedentários» (da imprensa, da rádio ou da televisão) gostam de se autoproclamarem, acima de tudo, repórteres, encarregando-se eles próprios de serviços no exterior, sempre que têm uma oportunidade – nomeadamente, claro, quando se trata de cobrir acontecimentos com grande impacto e relevância. Para um apresentador de telejornal, por exemplo, uma reportagem num país longínquo, de tantos em tantos meses, será certamente um prazer pessoal,

<sup>2</sup> Tal situação, aliás, tem também relevância no plano das relações de trabalho, já que levanta a questão dos direitos de autor, precisamente um dos grandes desafios que se levantam actualmente aos jornalistas (não só em Portugal) na perspectiva da defesa dos seus direitos e condições de trabalho.

mas funciona simultaneamente como uma forma de credibilização e de legitimação profissionais perante os pares e o próprio público.

Entre os repórteres incluem-se os repórteres fotográficos. Começaram por ser fotógrafos profissionais que, por esta ou aquela razão, colaboravam na imprensa, passando depois, crescentemente, a iniciarem a carreira nas redacções. Durante muitos anos, e em grande parte ainda hoje, o seu papel na produção jornalística era relativamente secundário: acompanhar o jornalista sempre que o serviço a realizar aconselhasse a existência de imagens para ilustrar as prosas.

Nas últimas décadas, com a valorização da imagem na imprensa (imposta quer pela nova linguagem trazida pelo desenvolvimento da televisão, surgida em Portugal no fim dos anos 50 do século passado, quer pelas exigências gráficas de uma publicidade cada vez mais sofisticada), a função do repórter fotográfico foi aumentando de importância e de autonomia, não só nos jornais mas principalmente nas revistas especializadas (de moda, de sociedade, de televisão, etc.). De tal modo que, em algumas destas, a situação inverteu-se e passou a ser a prosa a acompanhar a fotografia; e nem mesmo a imprensa noticiosa, incluindo a de referência, desdenha a oportunidade de, em espaços de leitura mais «ligeira», publicar páginas em que a legenda é feita para a foto e não o contrário, como, tirando algumas excepções, acontecia anteriormente.

Foi este facto que levou ao aparecimento de jornalistas, geralmente incluídos na categoria profissional dos *freelance* (ver adiante), que simultaneamente escrevem as notícias ou reportagens e se encarregam da parte fotográfica. São os chamados fotojornalistas – designação esta que, entretanto, começou também, na linguagem do meio, a abranger os «velhos» repórteres fotográficos.

A evolução tecnológica trouxe consigo novos ofícios que passaram a ser englobados nas funções jornalísticas e a dar direito à respectiva carteira profissional. É o caso, nas televisões, dos repórteres de imagens – operadores de câmara que produzem materiais de carácter jornalístico, recolhendo e seleccionando as imagens utilizadas em noticiários ou reportagens e, por vezes, escrevendo os textos que as acompanham. E é também o caso, na imprensa, dos infografistas, encarregues muitas vezes não só da elaboração desse novo género jornalístico, em que a palavra e o desenho em computador se conjugam para a construção de uma mensagem informativa – o infográfico – mas também do trabalho de pesquisa (nomeadamente na internet) necessário para esse efeito.

Sendo certo, entretanto, que o advento das novas tecnologias implicou o aparecimento de uma série de novas ocupações (na imprensa, na rádio, na televisão e no *online*) em que, muitas vezes, a fronteira entre o que é ou não jornalismo se apresenta ténue e imprecisa. Particularmente nos meios audiovisuais, está-se hoje muito longe da velha imagem do repórter de imprensa elaborando, solitariamente, as suas prosas, mas sim perante trabalhos de equipa em que a destriça entre os que desempenham ou não funções jornalísticas nem sempre é fácil.

Seja como for – e a questão está longe de se pôr apenas em relação aos «nómadas» – confrontamo-nos com uma situação delicada (sob vários pontos de vista, incluindo o deontológico), que é a de encontrar uma definição clara para a profissão jornalística, determinando «a diferença específica do «acto jornalístico» e do exercício do jornalismo, por contraposição com outras actividades coexistentes no universo da comunicação social», e estabelecendo assim «critérios práticos de atribuição da Carteira Profissional de Jornalista, por forma a corrigir a indefinição

actual» (RODRIGUES, 2003; ver também MESQUITA, 2003: 193-204, e WOLTON, 1999: 240-2). Trata-se de um debate em aberto... e que não será fácil fechar.<sup>3</sup>

Entre os «sedentários» incluem-se, desde logo, os jornalistas que exercem cargos como director, director-adjunto, subdirector, chefe e subchefe de redacção, editor, coordenador, redactor principal... Vários são os nomes atribuídos pelos diversos media aos jornalistas que desempenham uma série de funções de responsabilidade editorial, direcção de informação, planeamento de edições e de suplementos, coordenação de equipas, elaboração de editoriais ou outros textos de opinião, escolha dos títulos de 1ª página ou de abertura de noticiário, revisão de textos escritos por outros jornalistas, fecho de edições, relacionamento com a administração e outras estruturas da empresa, como a publicidade, o marketing, a distribuição, os recursos humanos e outras, etc. Algumas destas funções são da responsabilidade mais directa da direcção, como o relacionamento com os administradores e gestores, outras são executadas colectivamente, como a preparação das próximas edições ou a indicação de temas possíveis para a 1ª página.

No caso deste tipo de funções, trata-se geralmente de jornalistas situados no topo da hierarquia da sala de redacção, a que tiveram acesso ou pela experiência, prestígio e provas dadas ao longo da carreira, ou pela sua competência em dirigir equipas de trabalho, ou pelo seu adequado perfil (no julgamento de quem manda) ao estilo ou à filosofia do media em causa, ou, mais prosaicamente, pelas garantias dadas de fidelidade aos projectos e interesses do proprietário – sem excluir a hipótese de que vários destes atributos se juntem numa mesma pessoa.

Os «sedentários» abrangem igualmente grande parte dos jornalistas das agências noticiosas, considerados o protótipo dos jornalistas anónimos, que podem passar toda uma carreira sem que alguma vez o seu nome apareça mencionado publicamente, e que, no entanto, alimentam as páginas e os tempos dos noticiários numa percentagem substancial (por vezes maioritária...), assim como os que pertencem aos jornais *online*, cujas tarefas, num e noutro caso, exigem, em grande parte dos casos, a permanência quotidiana frente ao computador.

Estão também abrangidos neste grupo os jornalistas (há aqueles que o não são) que trabalham em secções ligadas à preparação, apoio e selecção da informação – arquivo e documentação (indispensável no fornecimento de informação de *background*), *desk* (aprontamento final dos textos), secretaria da redacção (elaboração da agenda, marcação de serviços), acompanhamento do infografismo, da paginação, da montagem, etc. E ainda os que, na rádio e na televisão, desempenham normalmente tarefas de apresentação de noticiários (com maior ou menor participação na elaboração e alinhamento das notícias) e de outros programas de informação.

Em várias situações, porém, a fronteira que separa o «jornalismo de rua» do «jornalismo sentado» são bastante fluidas, no sentido em que o mesmo profissional, pela natureza do seu trabalho, tanto funciona numa como na outra modalidade: é o grupo dos «sedentários-nómadas».

Nele se incluem alguns dos jornalistas tanto das agências como do *online*, visto que parte da informação produzida nestas redacções exige o contacto com entrevistados, a deslocação ao local dos acontecimentos, reportagens fora do país, etc. Também os correspondentes – quer os que trabalham no estrangeiro quer os que se encontram em território nacional, incluídos ou não nas delegações regionais dos órgãos de expansão nacional – são obrigados a rotinas profissionais em

<sup>3</sup> Não entramos aqui na questão de saber se o jornalismo é ou não uma profissão, no sentido estrito que se tem dado a este termo, nem sequer, no caso de o ser – o que nos parece claro – em que moldes pode ser definida. A este respeito, revelam-se bastante estimulantes os trabalhos de Denis Ruellan.

que o nomadismo próprio do repórter e o sedentarismo próprio do «redactor sentado» se misturam em proporções variáveis.

O mesmo acontece com os *freelance* – jornalistas que trabalham por conta própria, vendendo os seus textos ou/e fotos às empresas jornalísticas interessadas – cujo número em Portugal é ainda diminuto (em 1997 eram 238, num total de 4247 jornalistas com título profissional) mas que, no conjunto dos países europeus, constituem cerca de um quarto do total da classe.

Casos paradigmáticos são os jornalistas de investigação e os jornalistas especializados. Os primeiros, praticantes do género que para muitos é considerado o ponto alto das suas aspirações e da sua realização profissionais, têm, geralmente, que conciliar um diversificado conjunto de competências que vão do trabalho de campo, no contacto directo com as fontes e os factos, à busca paciente e persistente em bibliotecas e arquivos, até à edição do produto final, qualquer que seja o suporte utilizado. E é essa também, normalmente, a rotina do jornalista especializado (com o acréscimo da indispensável necessidade de acompanhamento permanente da evolução da temática que é a sua especialidade), para quem o desempenho adequado da sua tarefa obriga a uma constante combinação entre o trabalho «fora» e o trabalho «dentro».

Referência particular merecem os jornalistas regionais e locais (imprensa, rádio e televisão), até pelo seu crescimento numérico: só entre 1990 e 1997 o seu número mais do que triplicou.<sup>4</sup> Neste caso, a simultaneidade das duas funções exercidas pelo mesmo profissional não resulta de uma imposição inerente ao seu pelouro dentro da redacção, mas sim de uma necessidade determinada pela inexistência, na esmagadora maioria dos casos (estamos a falar de Portugal; em França, o diário de maior tiragem é regional...) de um número de jornalistas suficiente para permitir grandes divisões de tarefas. Digamos que a sua «especialização» abrange... um pouco de tudo.

Às dificuldades advindas do facto de ter de tratar de diversas temáticas, dentro e fora da redacção, junta-se uma característica própria deste tipo de jornalismo que, se pode trazer algumas vantagens, acarreta igualmente outros tantos problemas: a proximidade em relação aos acontecimentos, às fontes, aos poderes (autárquicos, económicos, desportivos...) e ao próprio público. Por um lado, o acesso à informação está facilitado, mas, por outro lado, tal situação implica, ou pode implicar, uma maior vulnerabilidade perante os constrangimentos e as pressões externas, vindas de pessoas com quem o jornalista (ao contrário do que se passa numa grande cidade) quotidianamente se cruza nas ruas, nos cafés, nas repartições...

Entre os «sedentários/nómadas» é necessário, finalmente, incluir os jornalistas – cujo número não é fácil contabilizar – que trabalham em pequenas ou médias empresas de produção independentes, nomeadamente no sector da televisão, e que prestam serviços aos canais generalistas.

## O jornalista na redacção

Temos até agora abordado as distinções entre os jornalistas na perspectiva da sua actividade independentemente do contexto organizacional em que ela se concretiza. Mas a verdade é que o jornalista – que é um trabalhador por conta de outrem, um assalariado, e não um profissional liberal

<sup>4</sup> Entre 1990 e 1997 os números dos jornalistas com título profissional evoluíram do seguinte modo: na Área Metropolitana de Lisboa passaram de 1203 (50,7%) para 2451 (57,7%); na Área Metropolitana do Porto passaram de 329 (13,9%) para 571 (13,5%); no resto do país, passaram de 255 (10,7%) para 834 (19,6%). Sobre os restantes 9,2% não se obteve informação (SILVA, 2000).

– exerce a profissão no quadro de uma empresa e, mais concretamente, numa das suas componentes, a sala de redacção, sujeito a determinados constrangimentos e condições de produção da informação (CORREIA, 1997: 205-258; MATHIEN, 1992).

Tal situação poderia levar-nos à necessária distinção entre os jornalistas e os membros de outras profissões – ligados ao entretenimento, à apresentação e à animação, às assessorias e aos gabinetes de comunicação, mas também à gestão, à publicidade, ao marketing, etc. – que, crescentemente, têm interferência mais ou menos directa na produção da informação, influenciando ou invadindo sectores de actividade e de decisão que antes eram da exclusiva competência dos jornalistas (MESQUITA, 2003: 193-294). Mas o nosso objectivo aqui é mais limitado, contemplando apenas as distinções a fazer dentro do estrito campo jornalístico.

E a verdade é que o suporte em que trabalham e as funções que exercem não esgotam as diferenças nas formas de ser jornalista. Outro critério importante passa pela consideração de uma realidade que frequentemente é ignorada ou subestimada: a própria organização do trabalho e as rotinas produtivas, na perspectiva da prossecução de um objectivo comum – o jornal, o noticiário, o programa informativo... –, no quadro de uma carreira profissional, apesar de tudo, relativamente estruturada, determinam a existência na sala de redacção não só de uma hierarquia interna (desde o director aos estagiários) mas também de uma estratificação no seio do colectivo redactorial, tanto mais detectável quanto maior e mais complexa for a organização – caso dos grandes diários e semanários, canais televisivos e de rádio de carácter informativo. Uma estratificação que se repercute no grupo profissional na sua globalidade.

José Luís Garcia, na sua investigação sobre esta matéria (GARCIA, 1995) detectou a existência de três camadas principais: na base da pirâmide, um grupo «constituído basicamente por estagiários, tarefeiros e colaboradores, em geral em início de carreira, que têm os salários mais baixos e, frequentemente, situações instáveis nas empresas onde trabalham»; «no meio, um grupo (maioritário) de jornalistas “sem posições de chefia e cumprindo as tarefas redactoriais mais rotineiras, com perspectivas de progressão na carreira limitadas e para os quais o nível de recompensas financeiras e sociais que a profissão oferece fica aquém das expectativas alimentadas”»; finalmente, no topo, «um grupo de elite formado quer por “jornalistas de carreira dotados de pouca escolaridade mas que dada a sua antiguidade na profissão ascenderam a posições de chefia ou a cargos administrativos”, quer por um sector “menos antigo na profissão mas possuidor de muito maiores recursos em diplomas/qualificações, o qual deve a sua ascensão na carreira e respectivas recompensas económicas e notoriedade pública às capacidades demonstradas no exercício da profissão(...)”» (CORREIA, 1997: 44-45).

A distinção entre, por um lado, uma reduzida elite de jornalistas, geralmente bem relacionados com as administrações da sua empresa e com membros de outras elites sociais, com remunerações muito acima da média da classe e, em alguns casos, com grande visibilidade pública dada pelas televisões, nas quais trabalham ou de cujos ecrãs são assíduos frequentadores (CORREIA, 1997: 240-244; RIEFFEL, 1984) e, por outro lado, uma grande massa de jornalistas anónimos que nos jornais, nas rádios, nas televisões, no *online* e nas agências se encarregam das tarefas, «sedentárias» ou «de rua», que dão conteúdo ao material informativo – esta distinção confirma, mais uma vez, até que ponto é enganador encarar *os jornalistas* como um todo homogéneo.

A localização num ou noutro destes níveis de actuação implica não só um variável grau de autonomia profissional mas também de «situações motivadoras de atitudes diferenciadas perante a

empresa e perante a profissão em geral», com repercussões nas formas de a praticar, a viver e a conceber (CORREIA, 1997: 241). E tem particular incidência no que se refere aos comportamentos éticos, na medida em que quanto mais nos aproximamos da base da pirâmide da sala de redacção mais aumentam as situações de insegurança no emprego e de precariedade dos vínculos laborais (pagamentos à peça, recibos verdes, contratos a prazo, etc.), o que implica uma fragilidade profissional e pessoal que arrasta consigo, inevitavelmente, uma correspondente fragilidade deontológica e uma situação de maior vulnerabilidade às pressões (mesmo que apenas implícitas) vindas «de cima» – em nome da cache e da vitória sobre a concorrência – no sentido do «esquecimento» das regras deontológicas.

É também através da sua inclusão numa redacção – não uma redacção em abstracto, mas em concreto, neste ou naquele órgão – que o jornalista detém um maior ou menor capital simbólico que o distingue de outros membros do grupo profissional, com eventuais repercussões na sua actividade profissional (NEVEU, 2001). A pertença à redacção de um jornal da chamada imprensa de referência (onde colaboram nomes conhecidos da política, cujo director é frequentemente convidado a fazer comentários na rádio ou na televisão, etc.) proporciona, entre certas camadas mais cultivadas do público e mesmo entre os outros jornalistas, um prestígio e uma notoriedade superiores aos de um jornalista de um órgão da chamada imprensa popular, de uma revista de televisão ou de uma rádio regional. Este capital simbólico pode mesmo ser transformado, impropriamente, em pretensa qualidade jornalística, e em certas circunstâncias, por exemplo no contacto com as fontes, abrir portas que a outros estão encerradas.

Semelhantemente, no seio de uma mesma redacção (no caso de um grande diário ou semanário ou de um canal de televisão ou de rádio generalistas) a pertença a uma determinada secção, como a política ou a economia, pode significar, só por si, um maior prestígio e notoriedade profissionais em relação aos que trabalham, por exemplo, no noticiário local ou dos *fait-divers*.

\* \* \*

As distinções possíveis no campo jornalístico não se esgotam nos critérios acima mencionados. O aprofundamento de aspectos como a caracterização social, o perfil profissional e os valores sociais dos jornalistas (aspectos estes contemplados no 2º Inquérito Nacional aos Jornalistas Portugueses, realizado nas vésperas do 3º Congresso dos Jornalistas, em Fevereiro de 1998) permitem apurar e levar em conta dados relativos à idade, género, escolaridade, remuneração, formas de acesso, estatuto laboral, horário, pressões sofridas, atitudes perante a deontologia, concepções sobre a profissão, interesses culturais, estilo de vida, posições face à sociedade envolvente, etc. e deste modo avaliar de uma forma mais pormenorizada as diferenciações internas no campo jornalístico e as formas diferentes de *sentir* e *viver* a profissão (MENDES e SILVA, no prelo).

De uma forma mais particular, é também possível, por exemplo, como o faz Mário Mesquita, detrinçar nas sociedades democráticas as «tendências dominantes» entre os jornalistas no que toca à «atitude profissional perante o poder e as instituições» (MESQUITA, 2003: 48-49); ou recorrer a catalogações lírico-humorísticas, nem por isso menos interessantes sobre a realidade profissional (CEBRIÁN, 1998: 15); ou, ainda, optar por outras formas, diferentes da que aqui seguimos, de organizar e apresentar a diversidade profissional, como é o caso de Érik Neveu ao recorrer à

metáfora – porventura excessiva – das «cinco galáxias do jornalismo»: as revistas especializadas, a imprensa regional, o jornalismo generalista de âmbito nacional, o audiovisual e as agências noticiosas (NEVEU, 2001: 27 e ss).

De qualquer modo, julgamos ter ficado suficientemente claro até que ponto é falsa a visão simplista do grupo profissional que o reduz a uma uniformidade interna que manifestamente está longe de corresponder à realidade. Tem, pois, plena razão quem, como Dominique Wolton, na sua intenção de «revalorizar a função do jornalista» perante as ameaças da «lógica da comunicação», aponta como a primeira das suas «dez vias de aggiornamento» a necessidade de «quebrar a aparente unidade do grupo dos jornalistas», sublinhando que, nesta perspectiva, «falar “dos” jornalistas não faz qualquer sentido» (WOLTON, 1999: 237,240).

Uma nota final. A necessidade de chamar a atenção, como aqui foi nosso objectivo, para a existência de pedras soltas e variadas onde alguns só vêem um muro linear e monótono, entendemo-la, em primeiro lugar, não apenas enquanto uma simples e estática listagem, mais ou menos exaustiva, de situações profissionais, mas sim no quadro de uma concepção do *campo jornalístico* no sentido em que Bourdieu o apresenta (BOURDIEU, 1997: 79-96), ou seja, como um espaço social de relações objectivas atravessado por oposições e rivalidades balizadas pela adesão comum a certas regras e princípios. Um espaço social, porém, não fechado sobre si próprio, mas integrado em outros mais vastos em que ele se insere e pelos quais é condicionado – desde logo o *campo dos media*. (MATHIEN, 1995: 6; 1992). Em última instância, um espaço dialecticamente inserido no todo social, pelo qual é influenciado mas no qual também interfere.

Entendemo-la, em segundo lugar, não apenas como uma mera constatação, mas também, num sentido mais pragmático e operativo, como um alerta, um estímulo e um ponto de partida para que, por um lado, no plano da análise e do ensino se recorra a uma argumentação que não fique prisioneira de preconceitos e estereótipos (do tipo «os jornalistas são isto ou pensam aquilo»); e, por outro lado, no plano da investigação se estabeleçam linhas que tenham em conta uma concepção mais fina e menos generalizadora do campo jornalístico e se concretizem em projectos capazes de não só contribuir para o enriquecimento e avanço do trabalho científico nesta área, mas também para a dignificação e valorização de uma actividade e de um grupo profissionais cada vez mais ameaçados na sua identidade e no seu lugar insubstituível na construção da sociedade democrática.

## Referências das obras citadas

- Agnés, Yves (2002), *Manuel de Journalisme. Écrire pour le Journal*, Paris, La Découvert.
- Bourdieu, Pierre (1994), *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel.
- , (1997), *Sobre a Televisão*, Oeiras, Celta.
- Cebrián, Juan Luis (1998), *Cartas a um Jovem Jornalista*, Lisboa, Bizâncio.
- Correia, Fernando (1997), *Os Jornalistas e as Notícias. A Autonomia Jornalística em Questão*, Lisboa, Caminho.
- Garcia, José Luís (1995), «Os jornalistas portugueses enquanto actores do espaço público mediatizado – Legitimidade, Poder e Intermutação», *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 21-22, Dez., pp 365-382.
- Janvier, Sophie (2001), *Les Métiers du Journalisme*, Paris, PUF.
- Mathien, Michel (1992), *Les Journalistes et le Système Médiatique*, Paris, Hachette.
- , (1995), *Les Journalistes*, Paris, PUF.

- Mendes, Hugo e Silva, Pedro Alcântara, «Valores Sociais: família, política e ciência», in Garcia, José Luís (org.), no prelo, *Os Jornalistas Portugueses. Uma profissão em turbulência nos anos 90*, Coimbra, MinervaCoimbra.
- Mesquita, Mário (2003), *O Quarto Equívoco. O Poder dos Média na Sociedade Contemporânea*, Coimbra, Minerva Coimbra.
- Neveu, Érik (2001), *Sociologie du Journalisme*, Paris, La Découvert.
- Nobre Correia, José Manuel (2002), «O Futuro Perante o Passado: uma Perspectiva Histórica», *Média, Jornalismo e Democracia – Comunicações apresentadas ao Seminário Internacional*, Lisboa, Livros Horizonte – CIMJ.
- Rodrigues, Avelino (2003), «A Função Jornalística. Uma Proposta de Esclarecimento dos Critérios de Atribuição da Carteira Profissional dos Jornalistas», *Jornalismo e Jornalistas*, nº 16, Out. Dez.
- Sauvage, Christian (1988), *Journaliste. Une Passion, des Métiers*, Paris, CFPJ.
- Silva, Pedro Alcântara (2000), «Quem Somos Nós? Elementos Sociográficos sobre os Jornalistas Portugueses», in *Jornalismo e Jornalistas*, nº 4, Out. Dez..
- Tengarrinha, José (1989), *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, Lisboa, Caminho.
- Wolton, Dominique (1999), *Pensar a Comunicação*, Lisboa, Difel.

## JORNALISMO, MEMÓRIA E AMNÉSIA

*«A memória de uma sociedade estende-se até onde pode, ou seja, até onde chega a memória dos grupos que a compõem. E não é por má vontade, antipatia, repulsa ou indiferença que ela esquece uma tão grande quantidade de acontecimentos e figuras antigas. É que o grupo que guardava a memória deles desapareceu. (...) Em todo o caso, porque a memória de uma sociedade se esboroa lentamente nos bordos que marcam os seus limites, à medida que os seus membros individuais, sobretudo os mais velhos, desaparecem ou se isolam, ela não pára de se transformar, e o próprio grupo muda sem cessar. É aliás difícil dizer em que momento uma memória colectiva desapareceu, e se saiu decididamente da consciência do grupo, precisamente porque basta que se conserve numa parte limitada do corpo social para que seja sempre possível encontrá-la ali.»*

Maurice Halbwachs, *La mémoire collective*<sup>1</sup>

Como muitas outras pessoas da minha idade, lembro-me perfeitamente do 25 de Abril de 1974 e dos dias que se lhe seguiram. É uma memória que se faz de coisas físicas, de sons, de imagens – uma jovem que pinta a foice e o martelo nos carros militares que lhe passam perto, jovens empoleirados em árvores seguindo os acontecimentos no Quartel do Carmo, militares a quem era preciso explicar que, embora acusados pelo regime derrubado de crimes de Direito Comum, os presos da FAP e da LUAR eram, eles também, presos políticos, slogans «Nem mais um só soldado para as colónias», «O Povo unido jamais será vencido», um cego que tocava, A Internacional no seu acordeón – uma memória também ela física, pessoal, indesmentível.

Posso não me lembrar a que horas, até mesmo em que dia, se deu cada acontecimento,

<sup>1</sup> Halbwachs, Maurice, *La mémoire collective (Édition critique établie par Gérard Namer)*, Bibliothèque de l'Évolution de l'Humanité, Albin Michel, Paris, 1997.

posso ignorar muitos pormenores, mas não me podem fazer crer que não foi o que foi – a recusa de uma guerra colonial e do sistema autoritário que a mantinha, a destruição dos aparelhos repressivos da ditadura, a tentativa de criar uma nova sociedade, mais livre, mais justa, mais fraterna, o sonho que, em 1945, vencido o nazismo, trouxera para a rua milhares de pessoas por toda a Europa e também em Portugal, onde tantos o pagaram com a prisão, a tortura, a perseguição e o exílio.

Da mesma forma, lembro-me da minha escola no Dundo – onde só havia crianças brancas, havendo uma outra para as crianças negras – e da de Rio-de-Mouro, onde só poucos andavam calçados e a maioria não tinha dinheiro para comprar os livros, ainda que, nesse tempo, estes fossem únicos e servissem ano após ano a diversos irmãos. Discriminação racial e social, trabalho compelido, palmatoadas, miséria: não precisei de passar da primária para que tudo isso se me tornasse familiar, mesmo se só depois disso me apercebi da censura e das fraudes eleitorais (em 1958), da guerra colonial (em 1961), das prisões e da tortura (em 1965).

Os 3 Ds do Movimento das Forças Armadas faziam, por isso, todo o sentido, nesse ano de 1974 – e não poderiam ter-se ficado pelo de Desenvolver, porque esse não ia sem os outros dois, ao contrário do que nos querem fazer crer os que, da data, pretendem comemorar apenas este, como se tudo o que estivesse em causa fosse o desenvolvimento, não o colonialismo que fizera abrirem-se os olhos dos capitães cansados de guerra injusta, a ausência de democracia que a fazia manter-se mesmo contra a vontade dos que a ela eram forçados.

O 25 de Abril é, portanto, para mim como para outros jornalistas da mesma geração, uma memória tão individual como colectiva. Aos que dizem que nunca o Ensino foi tão mau podemos contrapor o tempo em que era um privilégio destinado a muito poucos, aos que criticam as listas de espera recordar o tempo em que a maioria da população não tinha acesso a cuidados de saúde, aos que criticam a descolonização lembrar o colonialismo, a discriminação rática, o trabalho compelido, a recusa de diálogo com os movimentos de libertação, os anos de guerra contra os ventos da História.

Os jornalistas mais jovens, esses, nasceram em democracia e, para eles, o 25 de Abril é tão distante quanto o 5 de Outubro – que para os mais velhos talvez nunca tenha sido tão longínquo porque, durante o regime de Salazar e Caetano, as comemorações da implantação da República eram, ano após ano, uma forma de protesto contra a Ditadura.

Trinta anos passados, tendo o número de jornalistas decuplicado e caracterizando-se a profissão pela sua juventude, será certamente diferente, nas redacções portuguesas, a memória do 25 de Abril e de tudo o que o precedeu e o sucedeu – factores que marcam ainda hoje, fortemente, a vida nacional.

## **Uma profissão que decuplicou**

Em 1970, estimava-se em 459 o número de jornalistas inscritos no Sindicato Nacional dos Jornalistas – mas é certo que só se contabilizavam, então, aqueles que exerciam o jornalismo escrito na Imprensa diária. De acordo com as novas inscrições indicadas pelo Sindicato para os anos que se seguiram, em 1974 eram mais 150. Nesse ano entraram apenas 56 novos jornalistas – mas, em 1975, houve 159 novas sindicalizações, numa tendência de crescimento que levou a que, quando

em artigo publicado em 1988, no número 8 da Revista de Comunicação e Linguagens<sup>2</sup>, Paquete de Oliveira descreve o grupo profissional dos jornalistas, refira já uma população de 1508 pessoas.

Paquete de Oliveira refere uma taxa de crescimento na ordem de 32% nos 5 anos anteriores. A profissão é exercida predominantemente na imprensa escrita e em Lisboa, e é maioritariamente masculina (19,8% de mulheres, a maioria das quais exercendo há menos de 10 anos) e jovem (57,5% abaixo dos 40 anos).

Dois anos depois, em Junho de 1990, há já 2347 jornalistas – um crescimento de 36,5% em apenas dois anos e meio! – dos quais 70% abaixo dos 44 anos. A percentagem de mulheres subiu para 25,4%.

Sete anos depois, em 1997, o 2º Inquérito Nacional aos Jornalistas Portugueses vai encontrar uma classe composta de 4247 jornalistas profissionais<sup>3</sup>, ainda maioritariamente masculina (67,2%) e jovem (66% abaixo dos 40 anos).

Em 2003, o número de jornalistas com carteira profissional actualizada era de 6595 – mais que decuplicando o de 1974. Simultaneamente, o Sindicato dos Jornalistas referia a aplicação, em várias empresas, de uma política de «emagrecimento» recorrendo a «rescisões amigáveis», «pré-reformas», «reformas antecipadas». Essas políticas, não raro conjugadas com a precariedade de trabalho e a utilização de trabalho não remunerado de estagiários, contribuem para aumentar ainda mais a percentagem de jovens na profissão.

## Rejuvenescimento e memória

Situando-se a maioria dos jornalistas a abaixo dos 40 anos – ou seja, tendo no máximo dez anos à data do 25 de Abril de 1974 – forçoso é concluir que guardam pouca memória do que este significou e ainda menor do que existira antes.

Poderá isso considerar-se um problema? Afinal, os jornalistas que hoje se situam ao redor dos 50/60 anos também não viveram a implantação da República, a Grande Guerra, a guerra de Espanha ou a 2ª Guerra Mundial – e noticiaram um mundo moldado por elas.

A diferença pode estar em que, na altura em que muitos de nós se iniciaram no jornalismo, era menor a desproporção entre «veteranos» e «estagiários» – e a transmissão da memória fazia-se de forma natural, porque havia sempre um alguém mais velho a quem recorrer em caso de dúvida.

Ora, a crer, entre outros testemunhos, no de uma jovem jornalista, Isabel Lucas, em crónica há meses publicada na revista «JJ-Jornais e jornalistas», isso poderá estar a mudar:

*«Há dez anos, quando pela primeira vez tive lugar numa redacção, sempre que me entregavam um trabalho, apontavam-me um jornalista capaz de me ajudar e fazer a reconstrução de um acontecimento. À distância de umas secretárias e em poucos minutos, eu tinha o background da minha história e a informação mínima para poder levantar dúvidas e questionar os interlocutores que iria enfrentar. O resto da pesquisa seria comigo, mas, entretanto, conseguira o suficiente para não me sentir tão perdida acerca de um assunto sobre o qual não tinha memória. Eu não. Mas a redacção tinha. E isso dava segurança.»<sup>4</sup>*

<sup>2</sup> Lido na sua inserção na colectânea «Os Jornalistas Portugueses: Aproximações Sociológicas», organizada por José Luís Garcia.

<sup>3</sup> Contabilizando apenas os possuidores de título profissional, agora emitido pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, criada pelo Dec. Lei 291/94 de 16 de Novembro.

<sup>4</sup> Lucas, Isabel, «Falta de memória», in «JJ-Jornalismo e Jornalistas», 16, Clube dos Jornalistas, Lisboa, Outubro/Dezembro 2003.

Nesa crónica, não era o 25 de Abril, tão antigo já, que estava em causa. Era algo muito mais próximo de nós – e profundamente mediatizado:

*«Há pouco tempo, uma jornalista que tentava escrever sobre a Guerra no Iraque queixava-se de não ter nenhuma memória sobre a primeira Guerra do Golfo e de não encontrar na redacção ninguém a quem pudesse recorrer para tirar uma dúvida. Por falta de tempo e de saber. Ela não tem culpa, mas a redacção em que trabalha tem a responsabilidade.»<sup>5</sup>*

## Escolaridade e acesso à profissão

É provável, no entanto, que o empregador considere que esse é um problema superado pelas habilitações académicas dos jovens jornalistas, também elas em acentuado crescendo.

Assim, em 1951, de acordo com o Contrato Colectivo de Trabalho (CCT), para se ser admitido no quadro redactorial de um jornal, bastava ter 18 anos – e fazer dois meses de experiência.<sup>6</sup>

Dez anos depois, em 1961, para além da idade mínima de 18 anos, o CCT obrigava os candidatos a jornalistas a ter o «segundo ciclo dos liceus, ou equivalente, salvo casos especiais». Mantinham-se os 2 meses de experiência.<sup>7</sup>

Em 1971, mantendo-se a idade mínima, as habilitações mínimas exigidas sobem para o 3º ciclo dos liceus ou equivalente e prevê-se uma Comissão de Avaliação, formada por jornalistas designados pelo Sindicato, o Grémio e a Corporação de Imprensa e Artes Gráficas, para, em caso de dúvida, analisar as aptidões do candidato, através de um «questionário de cultura geral, incluindo especialmente temas da actualidade, e a realização de uma reportagem no exterior». (Ficavam dispensados destas condições os diplomados por cursos oficiais de jornalismo).<sup>8</sup>

Neste momento, e apesar de, segundo o Estatuto do Jornalista, as condições de acesso à profissão serem ser-se maior de 18 anos e estar no pleno gozo dos direitos cívicos, há Contratos Colectivos que exigem a habilitação com o 12º ano ou com licenciatura. Essas condições – que têm provavelmente em conta a existência na profissão de antigos profissionais com baixas habilitações escolares – são acompanhadas, para os que agora se iniciam na profissão, da exigência de um estágio obrigatório, a concluir com aproveitamento, com a duração de 24 meses, sendo reduzido a 18 meses em caso de habilitação com curso superior, ou a 12 meses em caso de licenciatura na área da comunicação social ou de habilitação com curso equivalente, reconhecido pela Comissão da Carteira Profissional dos Jornalistas<sup>9</sup>.

Assinale-se que é crescente, nos órgãos de informação, a presença de licenciados na área da Comunicação ou do Jornalismo, apesar de o Sindicato dos Jornalistas não ter conhecimento de nenhum caso de contratos em que seja exigida a licenciatura em uma dessas duas áreas.<sup>10</sup>

A profissão não se limitou a – conforme mostram os números atrás citados – decuplicar, juvenilizar-se e feminilizar-se. Também as habilitações dos jornalistas cresceram muito ao longo dos últimos 30 anos.

<sup>5</sup> Id.

<sup>6</sup> Sobreira, Rosa Maria Campos, «Os jornalistas portugueses 1933-74, Uma profissão em construção», dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, Lisboa, 2001.

<sup>7</sup> Id.

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Estatuto do Jornalista, Lei nº 1/99, de 13 de Janeiro.

<sup>10</sup> Informação prestada pelo Presidente do Sindicato dos Jornalistas, Alfredo Maia, em 13/2/04.

Assim, em 1988, Pacote de Oliveira referia um conjunto profissional com baixas habilitações académicas, com apenas 19,2% de licenciados, a maioria dos quais em Direito, embora o sociólogo saliente já a tendência para o crescimento do número de licenciados em Comunicação Social. Dois anos depois, em Junho de 1990, a percentagem de jornalistas licenciados subira para 27,9% – fornecendo 46,3% dos cargos de chefia nos órgãos de comunicação social. E em 1997, o 2º Inquérito Nacional aos Jornalistas refere, na amostra utilizada, 36,7% licenciados e 5,9% bacharéis, sendo os cursos mais frequentados – 45,1% – os ligados a «Ciências da Comunicação», «Comunicação Social» e «Jornalismo».<sup>11</sup>

Parece assim compreensível a confiança do empregador em que os jovens jornalistas superem pelas suas habilitações a ausência de memória e a conseqüente dificuldade em enquadrar as matérias que lhes são confiadas. Aliás, esse entendimento é patente na prática, tantas vezes verificada, de entregar a jovens em estágio curricular peças que são depois utilizadas sem revisão posterior.

Responderão, no entanto, as licenciaturas em Jornalismo ou Comunicação Social às necessidades de aprendizagem dos jovens que acedem à profissão?

Sem pôr em causa que o «fechamento» duma profissão, com a admissão condicionada a uma determinada aprendizagem, seja um dos factores de prestígio dessa profissão, creio que a resposta à pergunta anterior não pode deixar de ser negativa e justificar a recusa de que o acesso à profissão venha a estar condicionado a uma licenciatura na área. E uma das necessidades que não é resolvida é, precisamente, a da memória histórica – até porque só uma minoria dos *curricula* das licenciaturas em Jornalismo e/ou Comunicação Social incluem a História Contemporânea, portuguesa ou internacional.<sup>12</sup>

O que é tanto mais curioso quanto a História surgia integrada nos *curricula* apresentados pela organização sindical dos jornalistas, quer na proposta de criação de um curso superior, feita em 1941, quer naquele que levou a efeito em 1968 – concluído por muitos dos que por essa altura ingressaram na profissão.<sup>13</sup>

Parece assim verificar-se um divórcio entre o que os jornalistas profissionais consideram necessário à sua formação e o que as Universidades portuguesas propõem nesse campo. E se, com o tempo e o aumento de licenciados em Jornalismo/Comunicação Social nas redacções o debate foi diminuindo de tom, a situação está longe de bem resolvida, como decorre das palavras de Carla Baptista, a propósito do I Encontro sobre Ensino do jornalismo:

*«O jornalista precisa de saber reconhecer as notícias: saber como proceder para recolher e verificar a informação relevante: saber contar numa linguagem simples, rigorosa e apelativa. Não é difícil apontar o que um*

<sup>11</sup> A maior preparação académica dos jornalistas acompanha, aliás, o que se passa em outras profissões. Basta comparar os 25.726 inscritos, em 70/71, nos equivalentes aos 10º a 12º anos e ensino técnico profissional, e os 437.212 matriculados no 10º a 12º anos em 1996/97; ou constatar que, em 70/71, o número de alunos inscritos no ensino superior público e privado era de 49.461, contra 344.868 em 97/98. Barreto, António (org), «A Situação Social em Portugal 1960-1999», vol.II, ICS,Lisboa, 2000.

<sup>12</sup> Mesquita, Mário e Ponte, Cristina, «Situação do Ensino e da Formação Profissional na área do Jornalismo».

<sup>13</sup> Em 1941 eram as seguintes as cadeiras previstas pelos dirigentes sindicais: «A Formação profissional do Jornalista: A Imprensa: seu papel na sociedade moderna. Como são feitos os jornais»; «A Educação Política e Histórica do Jornalismo», «Os Estados Modernos e o Direito Internacional Público», «Os grandes problemas económicos actuais», «História Geral da Imprensa», «Formação e Evolução do Jornalismo profissional em Portugal», «Legislação da Imprensa», «Exercícios Práticos de Jornalismo», «Lingua Portuguesa».

No curso de 1968, as cadeiras leccionadas foram: História Contemporânea, Direito, Geografia Económica, Doutrinas Filosóficas Modernas, Língua Portuguesa, Panorâmica da Imprensa, a Comunicação e os seus meios, Sociologia da Informação, Orgânica do Jornal, Prática da Comunicação e Técnicas Gráficas.

*jornalista precisa de saber. O que é realmente complicado é saber como transmitir esse saber fazer. A maioria dos cursos superiores em Ciências da Comunicação que incluem a variante Jornalismo agarram uns pós de Ciências Sociais, outros de Ciências da Comunicação, misturam com um pouco de prática jornalística, atiram tudo para um pote e esperam que resulte.»<sup>14</sup>*

## Uma proposta do Sindicato mal recebida pela Universidade

Em 1997, tendo em conta a existência de muitos profissionais acima dos 40 anos que tinham interrompido cursos universitários para se dedicarem ao jornalismo e o facto de, ao fim de alguns anos de profissão, sobrevir a necessidade de reflectir sobre ela, o Sindicato dos Jornalistas sugeriu ao então titular da pasta da Educação, Eduardo Marçal Grilo, três medidas para a formação contínua dos jornalistas:

- Possibilidade de acesso à Universidade de jornalistas profissionais habilitados com o 11º ano ou equivalente, mais de 25 anos e cinco de exercício da profissão;
- Possibilidade de acesso à Universidade, numa modalidade de «curso à medida» por créditos, de jornalistas profissionais com mais de 35 anos e mais de 10 anos de profissão.
- Possibilidade de acesso a mestrados na área da Comunicação Social de jornalistas profissionais habilitados com o 12º ano ou equivalente e mais de 10 anos de exercício da profissão (5 se licenciados nessa ou qualquer outra área);

No entender do Sindicato, estas medidas, para além de contribuírem para a maior qualificação dos directamente interessados, abririam espaço a uma maior colaboração entre a profissão e a Universidade. O sistema de créditos, a utilizar primeiro como excepção, poderia além disso vir a permitir o desenvolvimento de cursos de «geometria variável», em que o aluno pudesse escolher cadeiras de opção em diferentes faculdades, de modo a conseguir o máximo de habilitações no campo em que pretendia especializar-se.

O ministro Marçal Grilo mostrou grande receptividade a estas propostas, tendo mesmo patrocinado uma reunião entre representantes do Sindicato dos Jornalistas, do Conselho de Reitores das Universidades Portuguesas e do Conselho Coordenador dos Institutos Superiores Politécnicos. Nessa reunião foi no entanto evidente que Universidades e Politécnicos viam as propostas do Sindicato como ofensivas e reveladoras de menosprezo pelo Ensino Superior e as recusavam liminarmente. Isto enquanto em outros países da União Europeia, como a França, as competências adquiridas na profissão ou outras actividades extra-académicas contavam como créditos para a concessão de graus universitários...

No entanto, na sequência dessa reunião, veio a surgir a proposta, por parte da Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa e do ISCTE, de uma Pós-Graduação/Extensão Universitária em Jornalismo. Iniciada no ano lectivo de 1999/2000, tem vindo, desde então, a colocar lado a lado jovens licenciados e jornalistas não licenciados com diversos anos de profissão – com resultados que os seus organizadores consideram muito satisfatórios.

Em 2003 o processo deu um passo em frente. Pedro Lynce, ministro da Ciência e do Ensino Superior, introduzia na Proposta de Articulada da Lei de Bases de Educação e Formação, algumas

<sup>14</sup> Baptista, Carla, «*Encontro sobre Ensino do Jornalismo-Jornalistas precisam de uma formação superior que combine teoria e prática*», in «*JJ-Jornalismo e Jornalistas*», 16, Clube dos Jornalistas, Lisboa, Outubro/Dezembro 2003.

disposições referentes ao acesso ao Ensino Superior que correspondiam às propostas avançadas pelo Sindicato dos Jornalistas.

Assim, considerando, no seu artigo 1º, que «*o ensino superior tem por finalidade proporcionar, e quando adquirida externamente, validar a formação científica, humanística, profissional, técnica e artística, ao mais alto nível*», o texto referia, no artigo 4º, relativo a graus e diplomas, que «*os cursos conferentes de grau são organizados pelo regime de unidades de crédito, podendo as instituições de ensino superior reconhecer e creditar qualificações não formais*» e que «*os diplomas certificadores dos cursos conferentes de grau poderão ter um suplemento, onde se enuncie e credite o percurso formal e não formal do diplomado*».

Ao contrário do que pressupuseram os ofendidos participantes da reunião de 1997, não se trata de passar administrativamente os profissionais: trata-se apenas de, não sendo eles responsáveis por ter vivido um tempo em que o acesso ao Ensino Superior era diminuto e não havia cursos superiores de Jornalismo, lhes permitir aceder aos mesmos graus que os seus camaradas mais jovens – e, neles, terem êxito ou falharem, consoante as suas capacidades. Algo que já se fez em outros países, onde o hábito democrático retirou ao tratamento por «doutor» o peso que ainda tem em Portugal...

## Créditos e currículos

Ofendidos pela proposta de acesso à Universidade sem 12º ano e – pior ainda! – a Mestrados sem licenciatura, os responsáveis das instituições de Ensino Superior rejeitaram, igualmente, a proposta de cursos de geometria variável, por créditos, a que o Sindicato atribuía igual importância.

Como defenderam perante sucessivos ministros, os dirigentes sindicais basearam-na no facto de ser muito diversa a necessidade de conhecimentos dos jornalistas das diversas áreas. E se todos necessitam de uma formação comum ao nível da cultura geral, da História, da Geografia, do Português e de outras línguas, da Deontologia, das técnicas jornalísticas, da informática, da estatística, a uns poderia convir frequentar cadeiras do curso de Motricidade Humana, a outros de Economia, de Direito ou de Ciências Políticas, num justo equilíbrio entre umas e outras.

Bizarro? Não mais, certamente, que em alguns cursos ministrarem-se a futuros jornalistas cadeiras de relações públicas e/ou publicidade.

Defender esta proposta não é pôr em causa a necessidade de uma formação superior dos jornalistas. É, antes, chamar a atenção para o desajuste entre a formação que lhes é actualmente ministrada na maioria dos cursos de Jornalismo e/ou Comunicação Social e as suas reais necessidades no exercício da profissão. E também não quer dizer que se pretenda dar aos estudantes de Jornalismo apenas habilitações técnicas. Nada disso. Pretende-se, isso sim, fornecer-lhes uma sólida cultura de base que os habilite o melhor possível para o seu trabalho – deixando em aberto a possibilidade de, após algum tempo de trabalho em redacções, voltarem aos bancos da Universidade para reflectirem sobre o exercício da profissão e os problemas com que nele se confrontaram.

O que é, afinal, o modelo de uma das mais prestigiadas escolas de Jornalismo do Mundo, a de Columbia. Fiel à ideia de que ali se estuda «*a prática do jornalismo, não os media nem a indústria da notícia*», Columbia propõe um primeiro grau centrado nas técnicas jornalísticas e em diferentes áreas de jornalismo, internacional, economia, cultura, reportagem local, sendo o trabalho final uma

investigação jornalística, escrita ou audiovisual. Para os que se encontram já a meio da carreira, Columbia oferece um novo grau, correspondente a um programa de estudos aprofundados numa determinada área – e, finalmente, um Doutoramento em Filosofia da Comunicação. Parece mais lógico que começar por criar especialistas em comunicação e pedir-lhes, depois, que exerçam bom jornalismo...

## Voltando ao início

Voltando ao início, o que se defende é que, não podendo cada geração ter a memória daquilo que foi vivido antes de nascerem, no caso dos jornalistas Universidades e órgãos de informação ponham nisso cuidado especial.

Ou seja: que as Universidades incluam nos *curricula* dos cursos de Jornalismo/Comunicação Social cadeiras de História (do Século XX, das Ideias, das Civilizações); que os órgãos de informação reflitam sobre os ensinamentos de Maurice Halbwachs (*A memória de uma sociedade estende-se até onde pode, ou seja, até onde chega a memória dos grupos que a compõem. E não é por má vontade, antipatia, repulsa ou indiferença que ela esquece uma tão grande quantidade de acontecimentos e figuras antigas. É que o grupo que guardava a memória deles desapareceu.*) e não esvaziem de memória as suas redacções, em nome de «emagrecimentos» e «agilizações» que afastam os jornalistas que a detêm. Aqueles que, como lembra Ana Lucas, fornecem aos jovens o *background* da história e a informação mínima para poderem levantar dúvidas e questionar os interlocutores que vão enfrentar.

A ausência destes – ainda por cima se acompanhada daquele desconhecimento da História recente que vemos nas inesgotáveis reportagens sobre os jovens que pensam que Marcelo Caetano foi o primeiro Presidente depois do 25 de Abril – torna mais fácil a manipulação dos jovens jornalistas e menos segura a informação que difundem.

Afinal, se não viveram o 25 de Abril, se ao longo do percurso escolar, ocupados que estavam a ensinar-lhes as dinastias, os professores nunca tiveram tempo para desenvolver temas da História Contemporânea, se o que a televisão lhes ofereceu ao longo dos anos foram as comemorações oficiais e os discursos da Assembleia da República, se falharam as poucas séries televisivas sobre o «antes» e não viram o filme de Maria de Medeiros sobre o dia, como poderão os jovens jornalistas saber que não, não foi só – nem sobretudo – de «evolução» que se tratou há trinta anos, e que, por algum tempo, o R de «revolução» esteve presente?

Mas, se os jornalistas não o souberem, como poderão os outros sabê-lo?

## **UMA FRONTEIRA OU O JORNALISMO ECONÓMICO COMO FORMA DE CONHECIMENTO ESPECIALIZADO**

A referência à expressão «jornalismo económico» remete para o imaginário da abstracção matemática e o mundo das matemáticas aparentemente constitui-se no susto de qualquer amante das Ciências Sociais. Jornalismo é a arte da selecção e da narrativa e os universos parecem destinados a encontrar grandes dificuldades no desenvolvimento de uma relação harmoniosa.

A ambição dos profissionais da informação deveria ser o exercício prático do saber técnico que caracteriza esta actividade: procurar a informação mais correcta, colocá-la à prova, utilizá-la, promovendo a fácil compreensão do receptor, saber escolher, sem esquecer a capacidade de bem contar uma história. Uma espécie de receita culinária antiga, cujos ingredientes são mais do que conhecidos, mas sempre pronta a ser testada, cada vez que é posta em prática.

Os números e os seus prestidigitadores não são a primeira lembrança quando alguém se deixa envolver pelo mundo jornalístico, também ele mágico, pela capacidade de transformar temas em impacto. A maleabilidade das palavras pode entrar em choque com a dureza dos números. Apesar do humor com que tentamos abordar o tema, na verdade, a economia e o jornalismo gozam de uma relação complexa mas antiga, que remonta aos primórdios da própria actividade jornalística.

A longa duração deste relacionamento, cujas origens podem ser encontradas nas primeiras folhas periódicas sobre as partidas e chegadas de navios mercantes e os produtos por eles transportados, não impede a manutenção de mais que muitas incompreensões e receios

mútuos entre estes dois universos. Para completar esta falta de diálogo, há que registar a escassez de estudos dedicados ao tema do jornalismo especializado em economia, sobretudo em Portugal. As razões para a persistência desta relação conturbada não serão, contudo, difíceis de apontar. A superficialidade com que muitas vezes o jornalismo aborda os assuntos em causa e a velocidade com que necessita de tratá-los não deixam incólumes temas em que um ponto ou uma vírgula são suficientes para alterar toda uma história. Quanto aos jornalistas, a falta de formação específica em questões associadas à economia e a dificuldade em estabelecer um diálogo com as fontes de informação, baseado na igualdade de condições e conhecimentos, tornando possível a construção de uma relação marcada pela independência, parecem determinar uma barreira à partida. O desconforto parece então ser mútuo; os objectivos dos profissionais de cada lado do gravador do jornalista muitas vezes parecem tornar-se inconciliáveis: um busca revelar o segredo e tornar pública a informação; o outro busca o elogio, a visibilidade e quer esconder o que puder contrariar estas metas.

A relação entre os jornalistas e os economistas ou os agentes associados à actividade económica, como os empresários ou mesmo os sindicatos, assume, portanto, características simbióticas, mas nem sempre a interacção entre estas actividades encontra, na prática, o nível de contacto adequado. «A interacção é pobre. Os economistas acusam os jornalistas de ignorantes, de distorcerem as afirmações e de enfatizarem números recentes em lugar das tendências. Os jornalistas acham que muito do que os economistas dizem é incompreensível ou irrelevante», refere Richard Parker (1997:1). A afirmação do autor permite perceber a dificuldade do diálogo quando, de cada lado do gravador, se encontra um especialista na matéria e um profissional da informação que se dedicou à especialização no tratamento desta mesma matéria. Até porque, como afirma outro autor, Frédéric Lebaron, «embora os jornalistas especializados em economia produzam um discurso económico, como os políticos, sindicalistas ou gestores, e mesmo que tenham alguns conhecimentos da matéria, isso não faz deles economistas» (*apud*. Boje, 2001:98). Esta certeza que não pode, não deve e que acaba por não ser esquecida está na origem da possibilidade de diálogo entre estas duas categorias profissionais, mas está também na origem da desconfiança que as separa.

Frédéric Lebaron afirma ainda que quer os economistas quer os jornalistas especializados em economia tiveram de se adequar a uma situação de crescente emergência mediática por parte dos temas económicos. Lebaron explica que, durante as décadas de 80 e de 90, se assistiu a uma aceleração da participação de economistas em debates políticos e da presença destes profissionais no cenário dos media. Simultaneamente, os jornalistas especializados em economia viram crescer a sua influência sobre a opinião pública, evolução acompanhada por uma crescente profissionalização dos jornalistas que trabalham nesta área (*op. cit.* 2001:93).

A questão que não pode ser esquecida é que, em temas como a economia, na maior parte das sociedades, a comunicação social acaba por ser a maior fonte de informação dos indivíduos ditos leigos. Neste sentido, cabe aos jornalistas o relevante papel de definirem a agenda da chamada opinião pública. No caso da economia, esta situação torna-se ainda mais visível. Num passado já não tão recente, desde a década de setenta do século xx, principalmente, a economia assumiu o patamar de um dos assuntos que mais preocupam a sociedade. Apesar desta constatação e, sobretudo, apesar da explosão quantitativa de títulos da imprensa económica, o jornalismo especializado em economia continua a merecer algum desprezo por parte de analistas dedicados ao estudo dos media.

Mas estas dificuldades não são exclusivas do jornalismo económico. Qualquer forma de jornalismo especializado enfrenta problemas. O jornalismo parece estar catalogado como uma

ciência da comunicação, em que o acto de ouvir e transmitir parece sobrepor-se às especificidades técnicas do conteúdo da mensagem. Saber recolher a informação, tratá-la e passá-la à sociedade são as tarefas fundamentais do jornalista. É no tratar que se encontra o problema do jornalista especializado. É no confronto íntimo e directo com o tema em causa que se travam as maiores batalhas do profissional que opta por debruçar-se sobre um universo específico. Tratar exige intimidade com o tema, exige conhecimento prévio, exige domínio do vocabulário articulado pelos agentes de um determinado campo social.

Burkett, num livro dedicado a discutir as especificidades do jornalismo especializado em temas científicos, sustenta que «como intermediários, os redactores de ciência devem esclarecer para si mesmos, seus editores e seu público, algumas ideias e conceitos que não são tão claros mesmo para muitos cientistas» (1986:6). O autor defende que o jornalista assume por inteiro o papel de pedagogo, transformando o resultado da sua actividade numa espécie de dicionário para leigos e especialistas. Cabe, assim, ao jornalista especializado em qualquer tema, a missão de ser simultaneamente atraente para quem nada entende do tema, sem chocar os verdadeiros especialistas. Mais adiante, o mesmo Burkett parece ser obrigado a reconhecer a dureza de tal tarefa, afirmando que dificilmente um jornalista será capaz de responder a todas as exigências com excelência. «À medida que os escritores de ciência espalham informação fora do núcleo das disciplinas científicas, a ciência perde alguma precisão e muito do jargão técnico. Nos meios de comunicação de massa (jornais, rádio e televisão), a ciência torna-se popularizada e até “sensacionalizada”» (*op. cit.*: 8). Dito por outras palavras: cumpre-se a meta de divulgar, mas perde-se sempre algo no rigor da informação. Mas o autor justifica a correcção da opção. «Por uma boa causa». Tudo porque ao redactor cabe: «procurar o “significado” para o seu público-alvo» (*op. cit.*: 8-9).

No jornalismo especializado, no caso, em temas económicos, os valores-notícia da procura pela objectividade e respeito pela acelerada contagem do tempo que regem o jornalismo têm de ser acompanhados por outras capacidades técnicas. Não é um jornalismo melhor do que o dito tradicional ou generalista, apenas exige maiores e outros cuidados e, principalmente, uma preparação complementar por parte do profissional da informação que a ele se dedica. Na economia, há que saber do que se fala quando se fala com alguém; há que saber o que se esconde ou desvenda por trás dos números. Por trás destes números abstractos estão situações objectivas, estão pessoas que os definem e utilizam e até instrumentalizam e estão também outras pessoas que são por estes mesmos números afectadas. Não devem existir demasiados segredos para o profissional que se dedica a uma área de especialização. Mas, sobretudo, estes profissionais da informação, especializados em seja qual for o segmento da actividade social, não podem perder de vista uma questão central: mais do que dominar um determinado vocabulário e as relações a ele associadas, há que não se esquecer de que se trata de jornalismo. Trata-se de descobrir, seleccionar e contar. Trata-se de transmitir informação em tempo útil e de forma compreensível. Trata-se de cumprir um código deontológico que rege esta actividade. Trata-se de contar o que as pessoas precisam e querem saber.

Um jornalista é um jornalista, escreva ele sobre economia ou sobre política, até porque, na maior parte das vezes em que escreve sobre economia, está a escrever sobre política. Os discursos da *real politik* já não se podem esquecer de referir de forma muito fundamentada os principais aspectos da aplicação prática de teorias económicas e, muito menos, esquecer de desenvolver as possíveis consequências da aplicação destas mesmas teorias na vida dos eleitores. A evolução da sociedade

obriga actualmente qualquer político que queira ser bem sucedido a estar apto a discutir as eventuais soluções dos problemas económicos de uma dada sociedade. A afirmação, associada à corrida eleitoral de George Bush pai, tornou-se célebre e irrefutável: «É a economia, estúpido». É também com números que, cada vez mais, se ganham e perdem eleições nos países ditos desenvolvidos.

Central é a certeza de que o jornalismo económico é, «antes de qualquer outra coisa, jornalismo»<sup>1</sup>. Apesar de parecer uma afirmação demasiado óbvia para merecer atenção, a verdade é que o confronto com a realidade da prática do jornalismo económico aponta para a importância de uma afirmação deste tipo, sobretudo, quando enunciada no âmbito de uma instituição como a Universidade de Columbia. Num capítulo do referido estudo, da autoria de Michael Arkus, que se propõe dar conselhos do bem escrever nesta área, as recomendações são tudo menos originais: o *lead* deve ter acção, o jornalista deve criar um cenário capaz de inserir o leitor no artigo, transformando-o em testemunha do assunto relatado, deve ser fornecido ao leitor nos últimos parágrafos um enquadramento do tema. Quando em causa estiverem questões especialmente complexas, o jornalista deve construir analogias que facilitem a compreensão do leitor e deve concretizá-las através da citação de exemplos.

No mesmo trabalho, outro autor, Graham Watts, lembra ainda, através do título do artigo, que «pode ser economia, mas continua a ser jornalismo». Graham Watts afirma que um profissional de informação que queira ser um jornalista de imprensa especializado em temas económicos não pode deixar de dominar as técnicas de escrita, da boa comunicação e não somente ser alguém capaz de dominar o vocabulário desta área. O autor encontra uma forma curiosa de caracterizar a situação: «Ser um bom comunicador também significa que temos de ser jornalistas especializados e não especialistas em finanças ou economia». Em foco e sob a análise do jornalista estão valores-notícias, estão padrões de comportamento de um determinado campo social. Os critérios de avaliação de um assunto para merecer uma abordagem jornalística especializada devem ser os mesmos de qualquer jornalista generalista: É novidade? É importante? É diferente? É interessante? Porque isso interessa? De onde vem esta informação? Qual o interesse das fontes envolvidas em verem o assunto publicado? Com quem devo cruzar estas informações? Falei com todos os envolvidos? Confrontei os especialistas nesta questão? Tenho boas citações? Qual será o meu *lead*?

Os conselhos de Watts continuam, lembrando que o jornalista, ao escrever um artigo sobre um tema económico, sobretudo se estiver inserido numa organização de características generalistas, deve abordá-lo «como se contasse a história a alguém da sua família ou a um amigo». Dito de outra forma, o jornalista deve escrever, abandonando os vícios da linguagem especializada e hermética dos profissionais da área retratada. Sobretudo, o autor lembra que o jornalista nunca deve publicar nada que o próprio profissional da informação se revele incapaz de compreender. Os números, espectro do jornalismo económico, devem ser utilizados de forma equilibrada e distribuídos pelo texto como um todo e não reunidos num único bloco compacto e incompreensível. Watts ensina que os números devem servir como instrumentos de apoio e não como elementos preponderantes dos artigos. O autor lembra ainda que as «estórias» devem ter citações, vozes de pessoas para não se transformarem em meros relatos abstractos. Em resumo, o jornalista especializado em economia

<sup>1</sup> Trabalho sobre jornalismo económico elaborado pela Universidade de Columbia (Nova Iorque, Estados Unidos) disponível na Internet < [www-1.gsb.columbia.edu/ipd/j\\_writingtips.html](http://www-1.gsb.columbia.edu/ipd/j_writingtips.html) >

não escreve uma equação, escreve um artigo jornalístico, que tem de ser compreendido por um leitor sem formação específica.

Estes conselhos básicos muitas vezes são esquecidos na prática quotidiana da actividade jornalística e é este esquecimento que ajuda a construir o estereótipo de um jornalismo económico fadado ao permanente e insuperável distanciamento da grande audiência. Uma leitura transversal das páginas de economia dos jornais da actualidade, pelo menos em grande parte das sociedades ocidentais, permite constatar, mesmo que através de um olhar empírico e não comprovado cientificamente, que a esmagadora maioria dos artigos concentraram os seus focos de atenção nas fontes institucionais, nos governos, na classe empresarial, nos economistas. Na maior parte das vezes, a realidade económica é abordada pelo ângulo de percepção do poder instituído, afastando-se da realidade concreta das sociedades, do consumidor, do contribuinte, do desempregado, do pensionista. Um olhar diacrónico destas mesmas publicações permitiria constatar que o jornalismo económico sofreu várias alterações ao longo das últimas décadas, mas poucas passaram pela desconstrução do pedestal em que estão localizadas as fontes instituídas, principal referencial informativo deste tipo de jornalismo.

Na raiz deste problema está a formação assegurada aos jornalistas. Um jornalista especializado, em qualquer área, tem de manter sempre presente uma humildade resultante da consciência da superficialidade do seu conhecimento. A constatação das insuficiências decorrentes desta superficialidade faz com que se deva pressionar por uma maior formação destes profissionais. Uma maior formação em temas específicos não deve, contudo, ser considerada antagónica da certeza de que, antes de serem especialistas, serão sempre jornalistas os profissionais em causa.

Para discutir estas questões, o primeiro passo parece-nos, então, dirigir-se para o estabelecimento do campo do jornalismo dito especializado. Como afirma Dominique Marchetti, «o campo jornalístico estrutura-se em torno da oposição entre um pólo “generalista” e um pólo “especializado”, como o grau de especialização varia segundo os suportes e os jornalistas» (2002:24). As subtilezas continuam a estreitar o ângulo de análise. Já não basta assumir que um determinado tema carece de especialização por parte do profissional de jornalismo; o próprio órgão de comunicação em que este está inserido, o público a que se destina e, sobretudo, o percurso profissional deste jornalista influenciam a abordagem de um determinado assunto, alterando o resultado final da mensagem em causa. O autor explica ainda que se regista um peso crescente do jornalista especializado no enquadramento geral da profissão, o que se faz sentir no recrutamento de novos profissionais para as redacções e, dentro do próprio estabelecimento jornalístico, da definição dos níveis de excelência da actividade jornalística.

A resposta para a crescente procura pela especialização jornalística parece residir na apetência que a sociedade tem por uma determinada temática. Esta noção de que a informação é desejada e por isso merece ser produzida acaba por reflectir-se na própria mobilidade do jornalista dentro da hierarquia profissional, como recorda Marchetti, influenciando níveis de procura no mercado de trabalho, de remuneração dos profissionais e de valorização em prémios de excelência promovidos no seio da própria categoria. O que acaba por permitir encerrar o ciclo da crescente necessidade de jornalistas especializados: «Como em outras actividades sociais, “o conhecimento dos temas” funda a “credibilidade” dos jornalistas» (Marchetti, 2002: 26).

O reverso da medalha desta valorização profissional é que os jornalistas especializados acabam por ser frequentemente objecto de uma espécie de estigmatização profissional. Críticas internas

surgidas no campo jornalístico resultantes de alguma desconfiança dos colegas devido à proximidade destes profissionais com as suas fontes, proximidade muitas vezes classificada de conivência ou cedência a pressões exteriores à actividade jornalística, são utilizadas para tentar demonstrar que estes jornalistas especializados não seriam verdadeiros profissionais da informação, mas sim porta-vozes do espaço social do qual falam, servindo interesses exteriores aos da sua actividade profissional. Parciais, subordinados, limitados, demasiado técnicos são algumas das classificações que surgem associadas a esta desconfiança *inter pares*.

Esta dicotomia essencial é levada ao extremo quando o jornalista especializado exerce a sua actividade profissional num órgão de comunicação generalista. Divididos entre o assumirem-se como especialistas ou despirem-se desta condição para abordarem os temas como se os vissem pela primeira vez, dirigindo-se a um público generalista, estes jornalistas assumem uma posição dupla que transparece no discurso que produzem. Estes profissionais precisam de conquistar credibilidade como especialistas numa determinada área, junto do público ao qual se dirigem e junto dos seus pares e superiores hierárquicos, mas não se podem esquecer de que o têm de fazer sem perder de vista as características intrínsecas de qualquer jornalista. É a dificuldade e a neurose de serem diferentes e, simultaneamente, serem como todos os outros. Falar ao mais vasto público possível, sem perder a credibilidade junto do público especializado, mais restrito. Esta é a dicotomia essencial do jornalista especializado numa determinada área: falar a um público também ele dúplice: generalista e desconhecido, sem rosto, e especializado, inserido em nichos, com um grau de exigência completamente distinto do anterior.

O investigador e ex-jornalista brasileiro Bernardo Kucinski (2000:14), faz uma avaliação negativa sobre a realidade do jornalismo especializado em economia. O autor afirma, por exemplo, que «uma grave disfunção afecta o jornalismo dedicado à economia. A maioria dos leitores e telespectadores, mesmo os instruídos, como os estudantes universitários, não consegue descodificar o noticiário económico. Para o grande público, a economia adquiriu, ao mesmo tempo, significados elementares, ligados ao seu dia-a-dia, e outros abstractos, de difícil compreensão. O desafio de traduzir processos económicos complexos em linguagem acessível não foi vencido, seja porque os processos económicos se definem num outro plano de saber que não o do saber convencional, seja devido à sua instrumentalização ideológica crescente».

Embora o posicionamento crítico de Kucinski possa revelar alguma pertinência, é importante afirmar, contudo, que nem todas as suas teses parecem dotadas de fundamentação. Até porque faz parte da essência da própria actividade jornalística confrontar-se com patamares de conhecimento distintos do seu, alcançando formas de compreensão que torne o profissional da informação capaz de traduzi-los para uma linguagem generalista e de compreensão adquirida pelos seus interlocutores, a audiência. Quanto à chamada instrumentalização ideológica, esta é uma discussão mais antiga, que remonta às famosas críticas de Noam Chomsky. Mesmo assim, vale a pena referir a argumentação de Kucinski (2000:168) para justificar o seu posicionamento crítico: «O jornalismo económico, veículo por excelência dessa nova ideologia (economia neo-liberal), tornou-se o principal agendador do debate político. Assim, a disfunção da sua linguagem talvez tenha uma função ideológica. Um jornalismo que não se propõe a explicar e sim a seduzir».

O ponto mais relevante nesta afirmação diz respeito à linguagem utilizada pelos jornalistas especializados em economia. Como o próprio Kucinski afirma, «o desafio do jornalista está em reportar e analisar, transmitir opiniões de economistas e governos, sem usar uma linguagem que as

peças comuns não entendam, e sem violar os conceitos criados pela linguagem dos economistas» (2000:168). Todo o desafio dos jornalistas especializados em economia parece estar resumido nesta frase repleta de senso comum: cabe ao profissional da informação conseguir conjugar dois universos com vocabulários e enquadramentos de compreensão distintos, inserindo os desinseridos, fornecendo-lhes as informações necessárias para que possam decidir sobre todas as questões que lhe digam directamente respeito e que possam ser influenciadas pelo tema abordado no trabalho jornalístico.

A premência da discussão sobre as características desta especialização jornalística e, sobretudo, num passo seguinte sobre as balizas éticas que regem os seus profissionais é tanto mais urgente quanto um observador se depara com uma afirmação como a enunciada por Howard Kurtz (2000:XII): «No mundo dos negócios, os jornalistas financeiros são jogadores. Fazem as coisas acontecerem instantaneamente e o impacto destas atitudes é avaliado não através de votações subjectivas, mas pela forte alteração dos preços das mercadorias. Um única estória negativa, verdadeira ou não, pode fazer cair o valor das acções de uma companhia em minutos. Uma notícia sobre uma eventual aquisição hostil faz imediatamente o valor das acções subir, acrescentando milhares de milhões de dólares aos accionistas da companhia. A influência dos jornalistas financeiros afecta não somente os quadros de topo de uma empresa mas também os milhões de pequenos investidores». A afirmação pode parecer dramática, sobretudo, num país de reduzida tradição do envolvimento do cidadão médio com o mercado de capitais como Portugal, mas não esconde o poder subjacente a uma actividade, cujo funcionamento interno ainda não foi suficientemente analisado.

## Bibliografia

- Arkus, Michael; Watts, Graham, «Writing Tips» (s.d) in *Initiative for Police Dialogue*, Columbia University, New York, (< [www-1.gsb.columbia.edu/ipdlj\\_writingtips.html](http://www-1.gsb.columbia.edu/ipdlj_writingtips.html) >).
- Burkett, Warren (1986), *Jornalismo Científico: Como Escrever sobre Ciência, Medicina e Alta Tecnologia para os Meios de Comunicação*, Forense Universitária, Rio de Janeiro/São Paulo.
- Herman, E.S. e Noam Chomsky (1988), *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Books, New York.
- Kucinski, Bernardo (2000), *Jornalismo Económico*, Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo.
- Kurtz, Howard (2000), *The Fortune Tellers*, The Free Press, New York.
- Lebaron, Frédéric (Fevereiro 2001), «La construction de l'opinion économique par les médias» (<http://www.acrimed.org/article.php3?idarticle=419>).
- Marchetti, Dominique (2002), «Les Sous-Champs Spécialisés du Journalisme» in *Reseaux Les Journalistes Spécialisés*, coordonné par Erik Neveu, Denis Ruellan e Rémy Rieffel, Hermès Sciences Publications, Paris.
- Parker, Richard (1997), «Journalism and Economics. The Tangled Webs of Profession, Narrative and Responsibility in a Modern Democracy», the Joan Shorenstein Center (<http://ksgwww.harvard.edu/~presspol/home.htm>).



## **JORNALISMO ECONÓMICO EM TEMPOS DE CONCENTRAÇÃO – FACES VISÍVEIS DAS PRESSÕES SOBRE A INFORMAÇÃO**

O movimento de concentração empresarial que atravessa praticamente todas as actividades económicas, incluindo a comunicação social, está a colocar novos problemas ao jornalismo em geral e à informação económica e financeira em particular, com especial relevo para um pequeno país, como Portugal, que não conta também com uma cultura de liberdade política e económica que imponha padrões de exigência.

No jornalismo económico as fontes e as notícias coincidem frequentemente com as empresas que garantem as receitas de publicidade do jornal. Nos jornais especializados, à coincidência das fontes, notícias e anunciantes juntam-se os leitores. Uma realidade que, não sendo original, pode assumir contornos mais problemáticos num mercado de pequena dimensão, onde um pequeno número de empresas de comunicação social tem os seus proveitos dependentes de um igualmente reduzido número de empresas que, por sua vez, são a principal origem das notícias dos jornalistas. E que se amplia se as empresas de comunicação social tiverem interesses accionistas noutros sectores de actividade fora dos *media*.

Os efeitos da concentração na liberdade de informar não se limita, assim, ao reduzido número de «sítios» que o jornalista tem ao seu dispor para trabalhar, uma conclusão a que se chega quando se olha apenas para a tendência de redução do número de grupos no sector dos *media*. A concentração em geral parece criar mecanismos de pressão sobre a informação económica e financeira, submetendo os jornalistas a condicionalismos dos quais dificilmente

**Helena Garrido**

Universidade Lusófona de Humanidades e  
Tecnologias

se consegue libertar, já que têm origem quer na entidade empregadora como nas suas fontes e leitores.

O problema não é uma preocupação de hoje. Francisco Pinto Balsemão, em 1971, escrevia que «a concentração prejudica a autonomia da Informação. Esse prejuízo é detectável sob dois prismas: por um lado é afectada a *liberdade de expressão*, a possibilidade de o homem transmitir uma opinião sem ser incomodado pelos poderes político e económico (...); por outro, é posta em causa a própria *Liberdade de Informação*, na medida em que a inatingível objectividade se dilui ainda mais, consoante os interesses do Governo ou do grupo económico proprietário do meio de comunicação social; se – para usar um exemplo inocente – uma revista pertence a um grupo açucareiro, nela não se escreverá que o açúcar engorda...» (1971: 104 com itálicos do autor).

Os limites à liberdade de informar existem pelos interesses do grupo de media noutras áreas de negócio, mas também pelo poder de mercado de outros grupos, dos quais dependem a sobrevivência financeira e económica da empresa de comunicação social. É o reflexo dos movimentos de concentração e diversificação das empresas, que se observam em todo o mundo, tendência reforçada pela globalização. A concentração, entendida como uma redução do número de empresas a actuar num mercado, permite que um grupo controle o mercado dos seus clientes e fornecedores, podendo assim ditar as regras do jogo.

Dos processos de concentração empresarial, como afirma Vítor Bento, «emergiram grandes empresas ou conglomerados multinacionais com uma dimensão económica superior à de muitos países» (2004:101). Salienta Bento que a Exxon Mobil, a maior empresa mundial ocupa a 45ª posição na lista das 100 maiores «economias», publicada no «World Economic Report» de 2002 da UNCTAD, ficando entre o Chile e o Paquistão. Nessa listagem há 29 «economias» que são multinacionais e não países.

Paul Krugman (2003: 281-283) coloca questões semelhantes para os Estados Unidos, revelando que o problema pode acontecer também nos grandes países com tradição democrática. «Os interesses económicos dos media podem prejudicar os objectivos de cobertura noticiosa?», pergunta num artigo em que analisa fundamentalmente a actuação da televisão. «Existiram já alguns exemplos perculiares de notícias não divulgadas», diz dando como exemplo uma manifestação anti-guerra em Washington envolvendo cerca de 100 mil pessoas e que «foi basicamente ignorada» por alguns dos *media* de referência.

O objectivo deste artigo é exactamente avaliar se os jornalistas da «tribo da economia» consideram o jornalismo económico mais condicionado hoje que no passado. Para o efeito foi elaborado um inquérito (ver anexo 1) sobre os condicionalismos do jornalismo económico, que acabou por revelar que a concentração é o factor mais citado, assumindo neste domínio especial peso os jornalistas que detêm funções de direcção e edição. A formação profissional é o segundo factor mais referido, mas aqui a preocupação é fundamentalmente de quem não tem cargos de chefia.

Ao longo de todas as respostas é clara a preocupação com a concentração, quer das empresas de comunicação como das fontes e/ou anunciantes. A concentração e coincidência de papéis não é contudo, vista como estrutural por todos os jornalistas, admitindo alguns que os seus efeitos mais nefastos são determinados pela conjuntura económica de crise, concluindo-se, implicitamente, que poderão ser ultrapassados com o regresso ao crescimento da economia. É ainda referido o interesse dos grupos de media noutras negócios como um dos factores de conflito de interesses.

O artigo começa por apresentar um resumido enquadramento do jornalismo especializado em economia nas últimas quase duas décadas e uma breve caracterização das empresas de comunicação social em Portugal. Seguem-se a descrição dos resultados do inquérito com a avaliação dos jornalistas com cargos de direcção, a sistematização dos incentivos que parecem estar instalados e as conclusões.

## 1. Um jornalismo jovem – breve enquadramento histórico

O jornalismo económico e financeiro no regime democrático em Portugal tem menos de duas décadas, podendo estabelecer-se como marco de referência para o seu renascimento formal após o 25 de Abril de 1974 o lançamento, no início de 1987, de dois semanários especializados, o *Semanário Económico* e o *Jornal do Comércio* (na sua reedição) assim como os suplementos do *Diário de Notícias* e do *Tempo*.

A informação económica, antes do 25 de Abril, entre 1968 e 1973, foi revalorizada. Não se pode dizer, contudo, que existissem jornalistas especializados em matérias económicas. No *Diário de Notícias*, por exemplo, e sem qualquer tentativa de sistematização, a página de «Economia e Finanças» conta em geral com artigos assinados por economistas (DN, 1971, 17 e 31 de Agosto). Neste exemplo, podemos ler a 17 de Agosto a notícia de inconvertibilidade do dólar, que põe fim ao sistema de Bretton Woods, e que faz manchete do DN a 17 de Agosto, com o título «Nixon dá um golpe de surpresa tornando o dólar inconvertível e flutuante». A 31 de Agosto encontramos na página de «Economia e Finanças» artigos de análise sobre o sistema monetário internacional por Jorge Braga de Macedo.

Os anos de 1986 e 1987, marcados pelo renascimento da informação especializada em economia, coincidiram com o início do processo de liberalização da economia portuguesa no quadro da adesão de Portugal à então Comunidade Económica Europeia (CEE). O ano de 1987 é aliás marcado pelo primeiro «crash» bolsista após o 25 de Abril de 1974. A oferta de informação económica surge como uma espécie de antecipação da procura, coincidindo basicamente com o processo de liberalização da economia e com uma fase de prosperidade que terminará em 1993.

A informação económica teve, durante algum tempo, como fonte fundamental, se não única, o Governo e incidia maioritariamente sobre matérias macroeconómicas, como as políticas cambial e de taxas de juro ou as contas públicas e externas. A banca, os seguros, a energia e as telecomunicações pertenciam ao sector público, limitando significativamente o interesse pela informação empresarial. As privatizações, iniciadas em finais da década de 80, imprimiram uma nova dinâmica ao mercado de capitais e à informação económica.

A integração de Portugal na União Económica e Monetária em 1999 pode ser considerada como o acontecimento que marcou definitivamente a passagem de um jornalismo económico ancorado na macroeconomia para uma informação económica centrada nas empresas. Esta perda de peso da informação macroeconómica reflecte não só a transferência da soberania monetária do Estado para o Banco Central Europeu e a acentuada redução da margem de manobra no domínio da política orçamental, como também as novas necessidades de informação criadas pela privatização e liberalização da economia.

Hoje, 2004, o Governo está ausente em boa parte dos sectores de actividade e os jornalistas que seguem o mercado de capitais e algumas empresas cotadas não precisam de aceder diariamente

aos Ministérios ou à administração pública como fonte de informação. Os próprios órgãos de informação foram envolvidos nestas mudanças, e o capital dos grupos detentores de jornais é hoje controlado por empresas privadas nacionais e estrangeiras. O que não significa, obviamente, que os governos deixaram de ter influência, podem é ter-se reduzido e/ou alterado os mecanismos através dos quais exercem pressão, quando se compara com o tempo em que os jornais eram públicos

A forte presença do Estado na actividade económica, quer indirectamente, no Estado Novo, como directamente como aconteceu com as nacionalizações a 11 de Março de 1975, constitui um condicionalismo quer à oferta como à procura de informação económica, dando a Portugal algumas características de especificidade neste domínio. Esta falta de cultura económica, afectando toda a sociedade e não poupando obviamente os jornalistas, acaba por reforçar os condicionalismos da produção de informação económica e financeira.

As restrições impostas pela complexidade das matérias são assim mais amplas que em países como os de origem anglo-saxónica, onde existe uma tradição maior de procura e oferta dessa informação. A tradição liberal – no sentido económico – desses países criou a necessidade de estar informado sobre matérias económicas e financeiras, o que não acontece, obviamente, em países onde a esmagadora maioria dos preços são administrados.

A transformação registada na estrutura económica portuguesa, além de desencadear a oferta de informação especializada em economia, transfere ainda o centro das restrições à informação da esfera política para o universo económico no seu sentido lato. Já não é o Governo a principal origem de condicionalismo, mas as empresas sobre as quais se faz as notícias e, indirectamente, a própria empresa de produção das notícias. Não é por acaso que a esmagadora maioria dos jornalistas que assumem funções de direcção diz hoje que a informação económica está mais condicionada que no passado.

## 2. O sector da comunicação social em Portugal

O sector da comunicação social em Portugal é fundamentalmente caracterizado por sete grupos privados<sup>1</sup>: Impresa, Portugal Telecom, Media Capital, Cofina, Sonaecom, Impala e, mais recentemente, Recoletos. No sector público está a Portugal Global, «holding» que detém a RTP, RDP e Lusa.

A Impresa, cotada em bolsa, pode ser considerada o maior grupo de media do país, sendo o único que se dedica exclusivamente a esta área de negócio. Tendo como referência o Anuário de Comunicação 2002-2003 do Observatório da Comunicação, o grupo liderado por Francisco Pinto Balsemão tem o «Expresso», que edita através da «holding» Controljournal. Por via da Edimpresa, publica, entre outras, as revistas de informação geral «Visão» e mensal de economia «Exame» assim como publicações especializadas por temas ou segmento de mercado, como é o caso da «Caras», «Turbo» ou «Activa». Na televisão detém um canal em sinal aberto, a SIC, e tem ainda um canal noticioso no cabo, a SIC Notícias.

A Portugal Telecom, através da PT Multimédia que detém a Lusomundo, tem, segundo o Anuário citado, «a maior parte dos diários generalistas portugueses» (Obercom, 2002: 185). Pertencem à

<sup>1</sup> O Estado ainda tem 500 acções na PT, uma «golden share» que lhe concede direitos accionistas especiais. É, por exemplo, necessário o voto favorável do Estado na escolha do presidente do Conselho de Administração assim como nas orientações estratégicas do grupo.

Portugal Telecom o «Jornal de Notícias», «Diário de Notícias» e o «jornal mais identificado com o registo tablóide», (op. cit: 185) o «24 horas». O grupo PT, que tem como accionista de referência o Grupo financeiro Espírito Santo, actua nas telecomunicações fixas e móveis, na TV por cabo e no fornecimento de ligações à Internet. Além da PT, está cotada em bolsa a PT Multimédia.

A Media Capital tem como activos mais importantes a TVI e várias frequências de rádio. Liderada por Miguel Paes do Amaral, colocou o seu capital em bolsa no primeiro trimestre deste ano. Fora dos *media*, o grupo actua no sector da internet, concorrendo, por via do IOL, com a PT e a Sonae no fornecimento de acessos.

O Grupo Cofina, liderado por Paulo Fernandes, está nos *media* através da sua «holding» Investec. É proprietário dos jornais de informação geral e de carácter popular, «Correio da Manhã», desportivo, Record, e de economia «Jornal de Negócios». Na Internet está presente também na informação económica, em negócios.pt e edita ainda revistas como a Máxima, Vogue, TV Guia e Autosport. O grupo tem interesses na indústria, onde detém a Celulose do Caima, a F. Ramada (transformação e comercialização de aços para a metalomecânica) e a Vista Alegre Atlantis. Detém ainda a WhatEverNet, dedicada às novas tecnologias.

A Sonaecom, de Belmiro de Azevedo, detém o jornal diário «Público» e o «Público on-line», através da sua participada «Media e Internet». Além dos jornais, esta é a «holding» de Belmiro de Azevedo que concentra os negócios de telecomunicações móveis – a Optimus – e fixas – a Novis – bem como o canal «Clix» e a área das tecnológicas. O grupo Sonae, além das telecomunicações, tem interesses na indústria, nomeadamente no sector das madeiras e no papel, bem como no imobiliário e no turismo.

Especializada em informação económica, a «Económica» é detida pelo grupo espanhol Recoletos, e publica neste momento o «Diário Económico» e o «Semanário Económico». A Recoletos, também cotada em bolsa, é um grupo de media controlado pelo grupo britânico Pearson – com 78,93% do capital, de acordo com o *site* – que edita o «Financial Times». Em Espanha está na informação desportiva e económica, respectivamente com a «Marca» e com o diário «Expansion» e o canal de televisão «Expansión TV». Fora dos *media*, o grupo tem desenvolvido a área de negócio das conferências.

O grupo Impala, detido por Jacques Rodrigues, é «mais orientado para a informação de registo popular» (Obercom: 2002) e tem igualmente interesses noutros sectores. «Os seus negócios abrangem, para além dos media, entretenimento, crédito, venda de material informático, aluguer de automóveis, comércio de moda/perfumarias, turismo/hotelaria e construção civil».

No conjunto dos sete grupos apenas um, a Impresa, se dedica a actividades exclusivamente no sector dos *media*. Todos os outros estão noutras áreas de negócios. A par dos potenciais conflitos de interesse gerados pela presença noutros sectores de actividade, a existência de sete grupos privados não garante uma reduzida concentração. Olhando para a imprensa, objecto deste trabalho, a Portugal Telecom concentra os principais diários generalistas, já que fora do seu universo apenas está o «Público» e o «Correio da Manhã». Outros dois grupos, Recoletos e Cofina, controlam a informação económica. Um dos grupos de media, a Portugal Telecom, é uma das maiores empresas portuguesas e detém ainda infra-estruturas, como a rede fixa e de cabo, que podem condicionar o crescimento dos seus concorrentes na internet e na televisão. As telecomunicações são aliás um dos sectores, tal como a energia, com que a Autoridade da Concorrência portuguesa mais se tem preocupado (Mateus, 2004).

A maioria dos jornalistas de economia trabalham assim em grupos que têm interesses noutros sectores de actividade ou negócios, num país onde, tal como se regista noutros, se assiste à concentração – redução do número de empresas em cada sector – e à diversificação dos negócios – com esse menor número de grupos presente em vários sectores de actividade. As participações dos grupos presentes nos sectores financeiro, de energia e telecomunicações em Portugal é um exemplo.<sup>2</sup>

### 3. Um pequeno inquérito a directores, editores e jornalistas

Um pequeno inquérito com cinco questões foi enviado por *e-mail* a 18 jornalistas, oito dos quais com funções de direcção e quatro com responsabilidade de edição. Responderam 15, sete com responsabilidades de direcção e três de edição. Os restantes cinco são jornalistas seniores, com pelo menos dez anos de actividade. (Ver anexo 1).

A amostra não teve como objectivo ser representativa, pretendendo-se fundamentalmente abranger os jornalistas que produzem e sobretudo que orientam e editam a produção de informação económica e financeira na imprensa especializada, Diário Económico, Semanário Económico e Jornal de Negócios, e nos três jornais generalistas de referência, Expresso, Público e Diário de Notícias.

O objectivo fundamental foi apurar a avaliação que os jornalistas fazem dos condicionalismos que se colocam hoje à actividade de informar sobre matérias económicas e financeiras, tentando comparar com o passado. A escolha do tema, condicionalismos ao jornalismo económico, é justificada pelas preocupações, manifestadas por alguns jornalistas, com os efeitos da concentração das actividades económicas em geral e dos media em particular. É ainda colocada a questão sobre as diferenças ou semelhanças entre os condicionalismos dos jornalismo económico e político.

Num segundo grupo de questões (perguntas 4 e 5) pretendeu-se avaliar como é que os jornalistas e os meios de comunicação têm lidado com a complexidade das matérias económicas e financeiras.

#### 3.1 Descrição dos resultados

Dos quinze jornalistas que responderam, 11 afirmam inequivocamente que o jornalismo económico em Portugal está hoje mais condicionado que no passado. No grupo dos quatro que não vêem um reforço das restrições ao exercício da actividade jornalística, apenas um considera que os condicionalismos não aumentaram. Os outros afirmam que se alterou a natureza das condições, admitindo apenas que a situação hoje pode não ser pior que no passado ou que o que se passa actualmente tem raízes fundamentalmente conjunturais.

Quando se analisam os resultados por funções exercidas pelos jornalistas inquiridos, verifica-se que dos sete que exercem funções de direcção, seis afirmam que o jornalismo económico está mais condicionado. Dos três editores inquiridos, dois também consideram que se está hoje perante um maior condicionalismo. E no sub-grupo de jornalistas, são dois em cinco os que afirmam existem hoje maiores restrições.

<sup>2</sup> No sector financeiro, o país tem cinco grandes bancos, a CGD, pública, o BCP, BPI, BES e Santander; nas telecomunicações o sector é dominado pela PT que tem o Grupo Espírito Santo como principal accionista, e na energia pela EDP, que está também nas telecomunicações e tem entre os seus accionistas o BCP.

No conjunto dos factores que mais condicionam o jornalismo económico, a concentração é o mais referido, seguindo-se a formação profissional e a concentração e sofisticação das fontes. Sublinhe-se que a pergunta (ver anexo 1) sobre os factores que condicionam a actividade jornalística, no domínio da informação económica, não é aberta, referindo-se designadamente a formação profissional e concentração das empresas de comunicação social e das fontes.

Dos 15 jornalistas, 12 citam a concentração das empresas dos *media* como um dos factores que condiciona a informação sobre matérias económicas e financeiras, nove referem a formação profissional e cinco a concentração de fontes a par da sua sofisticação, como consequência da crescente profissionalização da comunicação, nomeadamente com a contratação de agências especializadas.

À luz das funções exercidas, verifica-se que os jornalistas com responsabilidades de direcção são os que mais referem a concentração como um dos actuais condicionalismos do jornalismo económico. A formação profissional é o factor mais citado pelos jornalistas sem funções de chefia.

Na resposta à questão sobre as semelhanças entre os condicionalismos dos jornalismo económico e político, uma maioria pouco clara (8 em 15) considera que são diferentes, referindo especialmente que os efeitos que a informação económica pode ter são mais significativos.

No grupo relativo às questões sobre a forma como os jornalistas de economia têm lidado com a complexidade das matérias que tratam, a maioria (11 em 15) afirma que se tem assistido a uma crescente especialização. Mas a maioria (9 em 15) afirma também que o «economês» se tem sobreposto à simplificação da linguagem.

### **3.2. A avaliação de quem responde**

O movimento de concentração empresarial em termos gerais, abrangendo quer a redução do número de grupos de comunicação social como a quantidade de empresas a actuar nas áreas de actividade económica com maior peso, como por exemplo, os sectores financeiro e de telecomunicações, atravessa praticamente todas as respostas às questões sobre a evolução dos condicionalismos ao jornalismo económico.

Pela sua importância, pelo papel que desempenham nas empresas de comunicação social de ligação entre a administração e a redacção, assume especial relevo o facto de a esmagadora maioria dos jornalistas com funções de direcção (5 em 7) mostrarem alguma preocupação com a nova natureza dos condicionalismos ao exercício do jornalismo económico. Eis algumas dessas avaliações realizadas pelos jornalistas com funções de direcção que responderam às questões colocadas.

Nicolau Santos, subdirector do Expresso e um dos fundadores do Semanário Económico e do Diário Económico, na questão sobre os factores que condicionam o jornalismo económico refere «a concentração editorial, que limita o movimento profissional dos jornalistas e a sua liberdade de escrever»; «a concentração das fontes» que «com mais poder, têm acesso aos presidentes e aos directores do “nosso grupo” e pressionam por essas vias as notícias que não lhes são favoráveis»; os interesses dos grupos editoriais noutras áreas de negócio; o facto de os grupos *media* estarem cotados em bolsa e ainda «as manobras de sedução» de jornalistas.

«A concentração condiciona o trabalho dos jornalistas e a conjugação desse fenómeno com a reduzida dimensão do mercado agrava a situação», responde João Cândido da Silva, director-

adjunto do Diário Económico, citando como outros condicionalismos «a capacidade das fontes para gerirem a colocação de informação» e a falta de formação profissional.

«A concentração de tudo: proprietários dos meios, dos anunciantes – sobretudo no sistema financeiro, onde há menos bancos, mas também noutros sectores de actividade, como as telecomunicações e a energia, por exemplo, onde continua a dominar uma única empresa», são os factores citados por Sérgio Figueiredo, director do Jornal de Negócios que considera igualmente que hoje o jornalismo económico está «muito mais» condicionado que no passado. Avança, contudo, para uma explicação alternativa para o reforço dos condicionalismos ao jornalismo económico: «A profunda crise financeira que os grupos de “media” atravessaram nos últimos três anos agravou a sua vulnerabilidade face ao exterior, tornando-os menos independentes, porque mais expostos a pressões».

Luísa Bessa, sub-directora do Jornal de Negócios, também considera que hoje o jornalismo económico está mais condicionado. Tendo interrompido a actividade jornalística entre 1999 e 2002, afirma que «o exercício do jornalismo económico é hoje mais condicionado pelo poder económico» do que era na altura, «assistindo com mais frequência ao recurso das empresas ao corte de publicidade» para impedir a publicação de informação que desaprovam. Uma forma de pressão que, no passado, era usada em situações extremas. «A profissionalização das estruturas de comunicação das empresas», a «falta de formação profissional» e a existência de grupos de media com interesses noutros sectores, como é o caso da Sonae/Público, PT/ Lusomundo e Cofina/Investec, são outros dos condicionalismos referidos por Luísa Bessa.

Vitor Costa, director-adjunto do Semanário Económico, também considera que o jornalismo económico está mais condicionado, identificando como principal razão a «concentração dos media» que, ao «diminuir as opções de postos de trabalho», faz com que, «em situações de pressão por parte das administrações, seja mais difícil resistir».

Francisco Ferreira da Silva, director adjunto do Diário de Notícias, embora considere que o jornalismo económico está hoje mais condicionado que no passado, avalia isso como um sintoma de desenvolvimento do país. «O país evoluiu, os jornais e jornalistas evoluíram e o mercado também é mais sofisticado e atento», afirma, defendendo que tal é até positivo na medida em que «já não são possíveis algumas notícias, em que se confundiam lucros com resultados operacionais».

Paulo Ferreira, director-adjunto do Jornal de Negócios, é um dos únicos jornalistas com responsabilidade de direcção que considera que existem factores que reforçam os condicionalismos – como a concentração e a concorrência entre grupos de media –, mas outros que os fizeram diminuir, como a preparação dos jornalistas, hoje melhor que no passado, e a massa crítica do mercado, também hoje superior ao passado. Do confronto entre estas duas tendências, diz que «o balanço não é negativo». Sobre os factores que condicionam o jornalismo económico, além da concentração e da formação profissional refere ainda «a coincidência entre objectos de notícia e anunciantes, o crescente imediatismo e a sofisticação da propaganda política e empresarial».

#### **4. Os conflitos de interesses e os incentivos perversos**

A descrição dos mais recentes mecanismos de pressão no domínio do jornalismo económico parece ser a de um círculo vicioso, que concilia um conjunto de incentivos perversos, com prejuízo para a informação económica que não sirva os interesses das empresas que concentram a factura

publicitária dos jornais. Empresas jornalísticas e jornalistas parecem estar colocados numa posição em que, perante conflitos de interesses, têm um forte incentivo para dar lugar à «informação positiva», por acção passiva, ditada pela falta de formação, ou activa, por escolha consciente. A denúncia de irregularidades pode ter um preço que os jornalistas e muito menos as empresas de comunicação social não estão dispostos a pagar. Estar convencido do contrário pode corresponder a uma visão romântica do exercício da profissão.

A concentração das actividades económicas em geral coloca os jornais na dependência financeira de um grupo restrito de empresas que são exactamente aquelas onde tem origem a maior parte da informação económica e financeira, coincidindo, mais frequentemente que no passado, o anunciante com a fonte de informação.

Perante uma informação que não sirva os interesses das empresas que controlam hoje o bolo publicitário dos jornais e, como tal, boa parte dos seus proveitos, o jornalista corre o risco de não ter saída. Sob a ameaça de um corte da publicidade chega a pressão interna da gestão da empresa. Do lado externo vem a pressão da fonte, que poderá fechar a porta a informação futura. O círculo completa-se com a concentração dos órgãos de comunicação social, uma vez que, se insistir em avançar com a informação pode inviabilizar a sua carreira não apenas na empresa em que está como nos outros grupos.

Tudo começa com a pressão directa junto do accionista, do director ou do chefe de redacção, as iniciativas que precedem a «bomba atómica», poucas vezes lançada mas frequentemente usada como ameaça, da suspensão da publicidade no jornal.

Um jornalista poderia ficar indiferente a essas pressões da administração, mas acaba por ser directamente afectado por via da «concentração das fontes de informação». A mesma empresa que pressiona ou ameaça retirar a publicidade por «mau comportamento» do jornal escusa-se igualmente a fornecer informação ao jornalista, que fica assim em desvantagem perante a concorrência, interna e externa ao jornal, vendo-se afectado no seu desempenho profissional e progressão na carreira.

O receio de perder o emprego faz com que a pressão do director ou do editor sejam em geral suficientes. O receio de perder o emprego deve aqui ser entendido como o medo de «desaparecer» das páginas dos jornais por via de deixar de escrever. O que pode acontecer quer por acção activa de quem tem a direcção editorial do jornal – o que no passado era «empratear», hoje, com as exigências de rentabilidade, pode assumir o modelo de transferência de secção – quer porque não consegue obter informação por estar «censurado» pelas suas fontes. O medo tem ainda origem na possibilidade de a «fonte» passar a informação a outro jornalista da equipa que poderá acabar por ficar a seguir o tema. A forte concorrência que também existe entre os profissionais do sector, agravada com o desemprego, pode manter este medo ainda mais aceso.

Como os problemas com o emprego se agravam em época de crise económica e como é exactamente nesta altura que se encontram as «más notícias», parece existir um incentivo perverso para «dourar» a realidade nas épocas de crise. O que, não pelos melhores motivos, contraria a tese de que a informação jornalística dá sempre da realidade uma visão negativamente distorcida. A comportarem-se de acordo com o incentivo, o que se verificaria é que a informação económica seria mais favorável que a realidade em tempos de crise e mais desfavorável em tempos de prosperidade, ou seja, anti-cíclica.

Restrições adicionais colocam-se nos jornais que pertencem a empresas cotadas em bolsa ou a grupos que têm interesses noutros sectores de actividade. O jornalista que escreve sobre a empresa

cotada em bolsa que detém a sua publicação está especialmente condicionado no momento em que tiver de avançar com notícias menos favoráveis, podendo no limite, ser internamente pressionado para ignorar os factos negativos.

Mais complexo é o caso de grupos com interesses noutros sectores de actividade. Se não o accionista, o próprio jornalista tenderá a exercer alguma auto-censura e os leitores qualificados, conhecedores das ligações empresariais do jornal, tenderão a fazer leituras nas entrelinhas, mesmo que incorrectas, de informações de jornais. É um caso em que se o jornal der a notícia do seu grupo é visto como um «frete» mas se não a der fica em desvantagem perante a concorrência, especialmente se estivermos perante um grupo com peso na economia e no mercado de capitais do país, como é o caso da Portugal Telecom.

A dramatização, por via da crise económica e/ou da concentração, do conflito entre o produto que produz – informação – e a principal origem dos seus proveitos – a publicidade – tende, aparentemente, a degradar a qualidade e credibilidade da informação, exactamente aquilo que oferecem os jornais, parecendo existir aqui aquilo que os economistas designam como «inconsistência intertemporal de planos óptimos»<sup>3</sup>. No curto prazo, a solução ótima para a empresa de comunicação social é ceder às pressões que os seus «anunciantes» exercem sobre a qualidade do seu produto, para manter os proveitos. Mas a longo prazo, o preço pode ser a descredibilização do jornal, ou seja, a destruição do seu negócio de base. A falta de gestores de empresas de comunicação social parece ter impedido que se tome consciência dos efeitos de solucionar este conflito pela via de privilegiar a componente financeira de curto prazo, cedendo às pressões. Se o grupo é cotado em bolsa, tendo por isso de ceder a uma orientação de gestão para os analistas que exigem resultados de curto prazo, o gestor pode, contudo, não ter outra alternativa se não concentrar-se nos lucros mesmo que à custa da base económica do negócio, a credibilidade.

## Conclusões

Informação não publicada é, no limite, a consequência dos condicionalismos colocados pelo «conflito de interesses» por via da concentração empresarial e diversificação dos grupos de media a outras áreas de negócio. No caso da não cobertura de uma manifestação contra a guerra, como é referido por Krugman, ou nos mais recentes acontecimentos dos atentados de 11 de Março em Espanha parece ser fácil concluir que existiu uma escolha de «não informar». Mas, na informação económica já é mais complexo avaliar se a informação não foi divulgada por «escolha» ou por «desconhecimento».

Um caso como o que ocorreu em Espanha com a informação sobre o ataque terrorista de 11 de Março dificilmente se verificaria em Portugal. Mas, um caso Enron também dificilmente seria denunciado por jornalistas, como o não foi nos Estados Unidos (Sherman, 2002) e antes já não tinha sido o risco de falência das caixas de poupança nos anos 80 (Rosen, 2003: 32). Não foi um jornalista mas o gestor de um «hedge fund», fundo de investimento dirigido a clientes de elevado

<sup>3</sup> A inconsistência intertemporal de planos óptimos mostra que aquilo que por vezes é a melhor solução no horizonte de curto prazo, não o é a médio e longo prazo. Problema colocado pela primeira vez, segundo Bento (2004:141), por Fin Kydland e Edmund Prescott no *Journal of Political Economy*, nº87 de 1977, com o título «Rules rather than Discretion: The inconsistency of optimal plans», tem sido aplicada na economia fundamentalmente a política monetária.

rendimento, que detectou e começou a desfiar os problemas da Enron, cuja falência por endividamento ocorreu em Dezembro de 2001 e arrastou para a queda uma das maiores empresas de auditoria do mundo, a Arthur Andersen, assim como abalou todo o sistema de relações entre a banca de investimento, as empresas que querem estar cotadas em bolsa e os clientes aforradores que aplicam em acções.

A incapacidade dos jornalistas detectarem notícias<sup>4</sup> como as do caso Enron suscita outro tipo de questões, relacionadas com a forma como podem resolver o problema da crescente complexidade das matérias económicas e financeiras sem ficarem na dependência de analistas financeiros, consultores ou auditores, com interesses específicos a defender que podem ser prejudicados por uma informação transparente.

Há condicionalismos na informação económica e financeira que são comuns a todos os países, atravessando todas as democracias, e que estão relacionados com a complexidade dos temas tratados. A questão é saber se Portugal, devido à reduzida dimensão do seu mercado, à limitada exigência dos leitores e às deficiências de formação dos jornalistas e dirigentes, se confronta com pressões adicionais com efeitos na informação que se oferece.

É difícil avaliar se há informação empresarial que fica por publicar em Portugal por pressão dos grupos junto dos accionistas, administradores, directores, editores e mesmo jornalistas. Ou se é alterada a orientação da notícia, ignorando ou dando menor relevo a aspectos que podem afectar negativamente a vida da empresa. Pode, contudo, dizer-se que existe um incentivo para a informação ser distorcida no sentido positivo, o que se traduz numa visão mais optimista nos tempos de crise.

Os efeitos da concentração não parecem ser suficientemente contrariados por factores como a formação dos gestores, directores e jornalistas ou pela exigência dos leitores. As deficiências de educação dos portugueses em geral e de educação económica em particular não criam a massa crítica que, por via da descredibilização, possa levar a impor com rapidez, um preço financeiro às empresas de comunicação que cedem às pressões, incentivando-as a dar mais valor à credibilidade que às ameaças de perda de publicidade ou outras.

É ainda de admitir que as pressões sobre o exercício do jornalismo económico tenham característica anti-cíclicas, ou seja, aumentam quando a actividade económica cai. É nestas alturas que surgem as «más notícias». E as empresas de comunicação social, por necessidade de proveitos, e os jornalistas, por receio de perder o emprego, têm um forte incentivo em ceder às pressões dos grupos portadores das más notícias, que são também os que garantem a publicidade e os leitores. Os tempos de prosperidade mostrarão se se está perante um problema meramente conjuntural ou estrutural, no sentido em que é um reflexo da maior concentração empresarial.

Outra linha de reflexão mais vasta leva a questionar se este condicionalismo se coloca apenas à informação económica ou se é mais abrangente, podendo ser alargado ao jornalismo em geral, mas não sendo um problema deste universo, mas antes o reflexo da desagregação das sociedades, baseadas no Estado-Nação, tal como as conhecemos hoje, numa consequência da globalização. O poder dos estados, com especial relevo para os pequenos países, está hoje mais condicionado que no passado (Bento, 2004). O maior condicionalismo do jornalismo económico seria apenas o espelho dessa desagregação dos poderes do Estado, fruto de uma globalização não regulada. E o problema

<sup>4</sup> Em Portugal, os jornalistas também não têm uma história de denúncia de casos na área das empresas, podendo encontrar-se algumas histórias mas no domínio das políticas governamentais e no fisco.

não está apenas num pequeno país, mas pode abranger, em graus diferentes, todos, como o demonstra a questão colocada por Krugman (2003: 283): «Os conflitos de interesse da nossa muito concentrada media constitui uma ameaça à democracia?».

Seja por razões mais vastas, como a desagregação do poder do Estado-Nação ou outras, a concentração empresarial nos diversos sectores da actividade económica, incluindo nos *media*, parece estar a produzir grupos de pressão com uma influência que pode ser nefasta para a qualidade, rigor e isenção da informação económica. As preocupações manifestadas pelos jornalistas justificam, por isso, que se pense em mecanismos que contrariem os incentivos perversos que parecem estar instalados, na sequência dos recentes movimentos de concentração e que ameaçam, a prazo, a viabilidade dos projectos jornalísticos e podem condicionar, seriamente, a liberdade de imprensa e o exercício da democracia.

Não acreditando em mecanismos como os das ordens profissionais, que em Portugal, com os exemplos dos médicos e advogados, têm produzido resultados no mínimo discutíveis na defesa do interesse público (Garoupa, 2004), uma das vias possíveis poderia passar pelo reforço de mecanismos de auto-regulação. Balsemão (1971: 106) defende que, «apesar da unificação do estatuto da empresa, seja preservada a independência da equipa redactorial de cada publicação da empresa». E isso poderia ser concretizado por via da «lei», com a consagração do estatuto de independência das redacções, dos conselhos de redacção e o estatuto da empresa, e por via «da prática» com a «política de direcção da empresa (...), do espírito de equipa (...) e da actividade de instituições vestais, ou seja, de organizações que idealisticamente mantenham acesa a chama da liberdade de imprensa: sindicatos, associações de imprensa, oposição política, associações de leitores». Boa parte destas sugestões, ainda que enquadradas num tempo em que ainda não se vivia num regime democrático, mantêm actualidade.

Uma sugestão que parece prometer especial eficácia passa pelos conselhos de redacção, que podem desempenhar neste domínio um papel importante, desde que os seus poderes sejam repensados e tornados mais efectivos.

## Anexo 1

As perguntas foram a enviadas a jornalistas com o mínimo de dez anos de profissão, privilegiando-se os jornais especializados, Diário Económico, Semanário Económico e Jornal de Negócios, assim como os órgão de referência, Expresso, Público e Diário de Notícias. Optou-se ainda por questionar quem está a exercer ou tenha exercido funções de direcção ou chefia. Nem todos responderam.

Os 15 jornalistas que responderam têm as seguintes características:

- Diário Económico 3, um é director-adjunto e dois editores; Jornal de Negócios 5, integrando o director, os dois directores adjuntos, um editor e um jornalista sénior; Semanário Económico, um, o director-adjunto; Expresso, 1, director-adjunto; Diário de Notícias, 4, um dos quais é director-adjunto; Público, 1, jornalista sénior.

As respostas enviadas foram as seguintes:

- 1) O jornalismo económico em Portugal está hoje mais condicionado que no passado?
- 2) Que factores condicionam o jornalismo económico em Portugal? (Formação profissional; estrutura concentrada dos grupos de media; concentração das fontes ou outros factores).

- 3) Os condicionalismos ao jornalismo económico podem ser considerados iguais aos que se observam no jornalismo político?
- 4) Como é que o jornalismo económico tem lidado com a complexidade dos temas que aborda: através da especialização ou do uso de fontes?
- 5) Com tem sido resolvido o problema da complexidade dos temas económicos: com simplificação excessiva ou com o refúgio ao «economês».

## Agradecimentos

Agradeço aos meus colegas a disponibilidade que tiveram em responder às perguntas e a disponibilização de alguma bibliografia.

## Referências

- Balsemão, Francisco Pinto (1971), *Informar ou depender*, Ática.
- Bento, Vítor (2004), *Os Estados Nacionais e a Economia Global*, Almedina.
- Diário de Notícias, 1971, edições de 17 de Agosto e 31 de Agosto.
- Garoupa, Nuno (2004), «Regulation of professions in Portugal: a case study in rent-seeking», Conferência do Banco de Portugal, Desenvolvimento Económico Português no Espaço Europeu.
- Krugman, Paul (2003), *The great unravelling – From boom to boost in three scandalous years*, Penguin Books.
- Obercom, Observatório da Comunicação, *Anuário da Comunicação 2002-2003*.
- Rosen, Jay (2003) «Tornar a vida pública mais pública: Sobre a responsabilidade política dos intelectuais dos media», in Nelson Traquina e Mário Mesquita (2003) *Jornalismo Cívico*, Col. Media e Jornalismo, Livros Horizonte.
- Sherman, Scott (2002) «Gimme na “E” – Enron, Uncovering the uncovered Story», *Columbia Journalism Review*, Março/Abril de 2002.



## **JORNALISMO DE SAÚDE – EVIDÊNCIAS DE UM PROCESSO DE ESPECIALIZAÇÃO**

A progressão da diversificação dos modelos de abordagem jornalística, díspares entre si na propriedade e na profundidade em que desenvolvem cada tema ou acontecimento, sugere que os campos de acção dos jornalistas deverão continuar sujeitos a forças de estreitamento temático. As implicações deste fenómeno para um número, certamente crescente, de profissionais são múltiplas e de várias ordens. Contudo, para uma perspectiva geral, refira-se a autora catalã Mar de Fontcuberta, na afirmação de que, nos nossos dias, «não chega ter o sentido da notícia, nem elaborar os textos de acordo com a pressão do tempo. O jornalista de hoje deve possuir conhecimentos teóricos e técnicos que o qualifiquem como especialista em comunicação numa área concreta da informação jornalística» (1999: 101).

Como objecto do jornalismo, a saúde é um bom exemplo do quanto a actividade informativa focada em determinada esfera pode exigir do seu profissional, tanto na formação como na actualização permanente dos seus conhecimentos. O jornalismo que se ocupa dos assuntos da saúde deixou de estar limitado aos acontecimentos de ordem política, económica ou social. Em anos recentes, tem-se verificado em Portugal, como noutros países, um processo de desenvolvimento e autonomização desta área, cujos conteúdos deixaram de estar dispersos por várias agendas, para se aglomerarem num «jornalismo de saúde», que leva cada vez mais órgãos de comunicação social a considerarem uma «agenda de saúde». Um factor-chave neste percurso evolutivo tem sido a progressiva integração de informação de índole médico-científica nos «temas noticiáveis» da saúde.

**Alberto Vasconcelos**

Universidade Lusófona de Humanidades e  
Tecnologias

Surge, assim, o carácter híbrido, bipolar, desta variante do jornalismo, que atravessa, tentando reunir, dois territórios tradicionalmente distantes na comunicação social – sociedade e ciência.

Se o jornalismo de saúde é considerado uma forma especializada de jornalismo, tal categorização deve-se, sobretudo, à sua componente mais recente. É na interacção com médicos, biólogos, farmacologistas, epidemiologistas, entre outros, que o jornalista de saúde assume a posição de descodificador de vocabulário, conceitos e discursos técnicos; tarefa que, efectivamente, não compete, senão, aos que se especializam em determinada área. Não obstante, importa salientar que a condição de «jornalista especializado» envolve funções fundamentais que em muito ultrapassam o domínio de códigos verbais específicos de determinadas parcelas do conhecimento ou da acção humana. Perante a torrente diária de dados que a investigação biomédica gera no domínio da comunicação social, é o jornalista de saúde quem melhor averigua a correcção e a relevância dessa informação e, como este profissional, nenhum outro saberá tratá-la e contextualizá-la de modo a que seja transmitida ao público na abordagem mais completa e breve. Esta é, aliás, na saúde como em qualquer outro campo da informação, a mais-valia nuclear do jornalista especializado.

Contudo, talvez por serem ainda poucos os jornalistas que se fixam em territórios nos quais a ciência tem uma presença incontornável, clínicos e investigadores, técnicos e académicos acusam amiúde a comunicação social de alarmismo, sensacionalismo, especulação, superficialidade e ignorância grosseira sobre aspectos elementares das ciências médicas. Por seu lado, os jornalistas queixam-se frequentemente da incapacidade dos especialistas e cientistas para explicarem o seu trabalho e os seus objectivos em linguagem não encriptada, de serem pouco cooperantes quando lhes é solicitado o comentário a resultados de investigação em que não estão directamente envolvidos e, por vezes, de tentarem usar o poder dos *media* para servirem interesses corporativos e/ou pessoais. Como resume a socióloga norte-americana Dorothy Nelkin, «o diálogo entre jornalistas e cientistas é frequentemente um encontro de duas culturas com muito pouco em comum e muitas possibilidades de desentendimento» (1996). Todavia, como qualquer actividade noticiosa, o jornalismo de saúde tem um impacte na população que recebe a sua informação. É, sem dúvida, um efeito difícil de quantificar, mas a atenção dos jornalistas aos «problemas da saúde» pode alterar comportamentos de risco nas sociedades, tal como pode influenciar o uso que as populações fazem dos cuidados de saúde que têm à sua disposição, bem como favorecer o sucesso ou induzir o abandono de práticas clínicas.

Fontcuberta é mais uma observadora dos *media* a constatar que os meios de comunicação social se tornaram «os principais motores da circulação dos conhecimentos» (1999: 29). À semelhança de qualquer forma de jornalismo especializado, na saúde, a dualidade informação/formação é particularmente pertinente, sobretudo quando estão em questão dados de natureza científica. O jornalismo que se ocupa de temas da pesquisa biomédica e da acção clínica é a principal fonte de formação (no sentido da instrução) da sociedade nestas matérias, pois, ao comportar uma componente de índole científica, vê-se forçado a complementar a exposição do evento-notícia com parcelas de um conhecimento até então restrito a círculos de especialistas. E se bem que não cabe ao jornalista especializado em saúde, como a nenhum outro, o objectivo (nem a atitude) do docente, independentemente da sua vontade o público fará do resultado do seu trabalho material de aprendizagem.

A imprensa é a maior fonte (permanente) de informação em saúde e em ciência, pelo que o público distingue estas duas formas de jornalismo por nelas encontrar um «meio educacional» (Blum e Knudson, 1997: 8). O mesmo não é dizer que, em virtude da receptividade do público à oferta

pedagógica de algumas vertentes do jornalismo, o jornalista pode desprezar a função noticiosa e a independência da sua mensagem. No caso da saúde, o que se espera do jornalista é que não só garanta a acuidade e a adequada contextualização do que apresenta como notícia, como também se assegure da correcção irrepreensível dos fragmentos de conhecimento científico de que se vale para transmitir a informação em condições de esta ser compreendida por leigos.

As sociedades parecem estar atentas ao que a imprensa tem a «dizer» sobre a medicina e a saúde. A acreditar nos resultados de numerosas sondagens, a maioria das quais realizadas nos EUA, «mais de metade dos norte-americanos segue de perto as notícias de saúde; apenas o crime e os acontecimentos da comunidade recebem mais atenção» (Schwartz e Woloshin, 2004). (Neste aspecto, a realidade dos outros países desenvolvidos não deverá ser muito diferente). É legítimo pensar que as construções jornalísticas que retratam as diversas dimensões da saúde humana podem ter implicações consideráveis, imediatas ou a longo prazo, para um pilar fundamental da qualidade de vida de cada cidadão. As limitações e os problemas que este ramo do jornalismo enfrenta não devem, portanto, ser subestimados.

## Obstáculos e Soluções

Não obstante a aparente procura do público pelas «notícias de saúde», muito poucos são os estudos que têm sido realizados com a finalidade de melhorar o conhecimento das barreiras e constrangimentos que dificultam o trabalho dos jornalistas desta área. Mesmo em países com uma longa tradição de jornalismo especializado na saúde, como os EUA, os esforços levados a cabo neste sentido têm sido escassos. Em 2003, porém, quatro jornalistas e investigadores sociais da Suécia, Noruega e EUA – Anna Larsson, Andrew Oxman, Cheryl Carling e Jeph Herrin –, publicaram os resultados de um estudo elaborado neste contexto, que importa conhecer.

A fim de «identificar e elucidar obstáculos que impedem os jornalistas [de saúde] de melhorarem o valor informativo do seu trabalho, e possíveis estratégias para ultrapassar esses obstáculos» (2003), os autores convidaram cerca de 700 jornalistas de saúde de 37 países a participarem no estudo, para exporem os seus pontos de vista através da resposta a um inquérito e, nalguns casos, da participação em grupos de discussão e/ou em entrevistas. De acordo com os testemunhos dos pouco mais de 200 jornalistas que participaram na sondagem (uma população que, em média, trabalhava há 10 anos no jornalismo de saúde), os investigadores identificaram nove barreiras ao melhoramento do valor informativo desta linha. As nucleares foram: falta de tempo, de espaço e de conhecimento. Destes três factores, o único que talvez se possa considerar algo inesperado é a falta de conhecimento reconhecido por jornalistas que, na generalidade, tinham uma longa experiência em assuntos de saúde de cariz científico. Na opinião dos autores, para este resultado é provável que contribuam «o aumento constante do fluxo de informação proveniente das áreas da medicina, a amplitude de assuntos que os jornalistas têm de cobrir e a dificuldade em encontrar fontes fidedignas» (2003).

Num segundo plano de relevância, alguns jornalistas apontaram a competição pelo espaço e pela audiência como obstáculos importantes, enquanto outros invocaram dificuldades com a terminologia e com os editores, além de problemas na identificação e na relação com as fontes. Por último, afirmam os autores, «o comercialismo também foi considerado um obstáculo» (2003).

Como era esperado, a preponderância de cada barreira não se revelou a mesma em todos os meios. Segundo os investigadores, 47% dos jornalistas que trabalhavam para revistas referiram os editores como o maior obstáculo à elaboração de artigos de elevada qualidade. Entre os elementos da rádio, 91% apontaram a falta de tempo como a principal força contrária à qualidade das suas peças, enquanto os profissionais de televisão referiram três grandes motivos: terminologia (77%), fontes (70%) e competição pelas audiências (59%).

Ainda que se espere da ciência e, por conseguinte, de quem a produz, um nível exemplar de verdade e objectividade, o jornalismo de saúde não escapa aos problemas com as fontes. A maior parte dos jornalistas que referiu as fontes enquanto impedimento à melhoria da qualidade do seu trabalho justificou-o, em primeiro lugar, com a dificuldade em encontrar investigadores e especialistas dispostos a ajudá-los na explicação do jargão científico. Outra preocupação revelada em relação às fontes foi a falta de independência, associada à não revelação de conflitos de interesse por parte da própria fonte. Os autores dão uma perspectiva da dimensão actual deste problema, quando referem a constatação de um consenso quanto ao facto de a «falta de investigadores e especialistas independentes ser uma séria ameaça a um jornalismo de saúde fiável, o que significa que para a maioria destes jornalistas é difícil aperceberem-se dos interesses ocultos de alguém» (2003).

Ainda com respeito às dificuldades do mútuo entendimento, além dos investigadores, muitos inquiridos reconheceram problemas com os editores, cujas preferências por «histórias sensacionais» (2003) tendem a chocar frontalmente com as opções de abordagem consideradas pela generalidade dos jornalistas especializados em saúde. Por esta razão, segundo os autores, muitos dos profissionais que participaram no estudo mostraram-se favoráveis à criação de programas de formação em jornalismo de saúde destinados aos editores, embora poucos acreditassem na adesão a tais iniciativas.

No que concerne a estratégias pensadas para os ajudar a aperfeiçoar os seus próprios desempenhos, a grande maioria dos jornalistas revelou-se interessada, sobretudo, em acções de formação que lhes permitam melhorar o domínio de diversas áreas do conhecimento biomédico e aperfeiçoar técnicas de entrevista adequadas à comunidade científica – uma valência do ensino do jornalismo especializado que permanece escassa, ou muito insuficiente, à excepção, talvez, dos EUA.

O desencontro que jornalistas e cientistas vivem, diariamente, nos objectivos e na concepção de mensagens dirigidas à sociedade é um factor contraproducente para todos. Por norma, médicos e investigadores não reconhecem aos *media* a função, tão-pouco a capacidade, de elaborarem informação de forma autónoma nos domínios da saúde e da ciência. Encaram os seus contactos com os meios de comunicação como excelentes oportunidades de ensinamento de hábitos salutareos às populações, esperando, por isso, que os jornalistas veiculem os seus discursos em posturas acríticas. Na sua maioria, os jornalistas, mesmo os especializados, mostram-se pouco dispostos ao investimento de tempo e energia no diálogo com os investigadores, para que estes passem a conhecer os pontos de vista da imprensa nesta assimetria de atitudes face ao tratamento da informação e às finalidades da sua divulgação entre o público. Nas «sociedades da informação», ambas as partes são interessadas no melhoramento da mútua compreensão. Jornalistas e editores, médicos e cientistas, devem dispor-se a desenvolver estratégias que aproximem um universo do outro. Num número crescente de países e culturas, os cidadãos estão em processo de abandono do

modelo de conduta do «utente de serviços de saúde» para se transformarem em «consumidores de cuidados de saúde». O nível de conhecimentos e exigências que a nova figura pressupõe é francamente superior ao do passado, o que significa, neste caso para os *media*, a existência de um desafio na saúde que tende para o aumento acentuado da complexidade – quanto mais informado for o público, mais conhecedor e competente terá de ser o jornalista. Este aspecto prende-se, também, com o direito do cidadão à tomada de decisões informadas sobre os cuidados de saúde a que recorre, e o exercício desse direito depende, em grande parte, da qualidade da informação jornalística que circula nos diferentes meios da comunicação social.

A profissão jornalística, no entendimento de Fontcuberta, «precisa de encarar novos papéis e fugir das excessivas dependências das rotinas laborais. Actualmente, predomina nas redacções a figura do jornalista generalista, mas tudo aponta para uma progressiva importância do jornalista especialista» (1999: 101). Na saúde, o objecto do jornalismo é uma realidade cada vez mais heterogénea, onde os resultados que surgem na bancada do investigador têm implicações directas sobre as relações dos doentes com os seus médicos, dos cidadãos com os seus políticos e do público com a sua imprensa. Descurar a posição angular e as necessidades específicas dos jornalistas especializados nesta esfera é comprometer o desempenho do próprio jornalismo na actualidade da saúde.

## Referências

- Blum, Deborah e Knudson, Mary (1997), *A Field Guide for Science Writers*, New York, Oxford University Press.
- Fontcuberta, Mar de (1999), *A Notícia* (trad. Fernando Cascais), Lisboa, Notícias Editorial.
- Larsson, Anna, Oxman Andrew, Carling, Cheryl e Herrin, Jeph (2003), «Medical Messages in the media – barriers and solutions to improving medical journalism», *Health Expectations*, 6, 323-331.
- Nelkin, Dorothy (1996), «An uneasy relationship: the tension between medicine and the media», *Lancet*, 347, 1600-1603.
- Schwartz, Lisa e Woloshin, Steven (2004), «The Media Matter: A Call for Straightforward Medical Reporting», *Annals of Internal Medicine*, 140, 226-228.



## O REGICÍDIO NA IMPRENSA SUÍÇA<sup>1</sup>

No dia 1 de Fevereiro de 1908, na Praça do Comércio em Lisboa, Manuel Buiça e Alfredo Costa atingem mortalmente o rei D. Carlos e o seu filho primogénito Luís Filipe, sendo em seguida abatidos. O objectivo visado é claro: decapitar a família real. O jovem príncipe D. Manuel – apenas ligeiramente ferido no atentado – encontra-se agora, contra a sua vontade, à frente do Estado. A monarquia não terá mais que 32 meses de vida durante os quais se vão suceder seis governos.

Este duplo assassinio desperta o interesse por Portugal<sup>2</sup> em toda a imprensa europeia. A imprensa suíça não é excepção: até os jornais diários regionais fazem referência ao país praticamente ignorado nesse início do século XX<sup>3</sup>. Alguns jornais fazem edições especiais, nomeadamente o *La Liberté* e o *Journal de Genève* na tarde de domingo, dia 2, o *Basler Nachrichten* e o *Vaterland*, na segunda-feira, dia 3.

A grande maioria dos jornais condena o duplo assassinio, como se verifica no artigo publicado na *Gazette de Lausanne* no dia 3 de Fevereiro:

*«O regicídio é um crime odioso, como qualquer atentado à vida humana. É um crime particularmente absurdo porque nunca – e ainda bem – serve a causa dos que o praticam.»*

O diário de Lausanne compreendeu que o objectivo do atentado não era o primeiro-ministro João Franco, mas sim a família real no seu conjunto e, portanto, o regime monárquico<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Este artigo é um adaptação actualizada dum sub-capítulo da minha tese de doutoramento *Suisse-Portugal. Regards croisés, réalités et représentations*, que defendi em Maio de 2003 na Faculdade de Letras da Universidade de Genebra.

<sup>2</sup> Cf. Margarida Magalhães Ramalho, *Rei D. Carlos*, Lisboa, 2001, em especial pp. 186-191.

<sup>3</sup> Na *Gazette de Lausanne* de 27 de Novembro de 1907 lê-se «*seguimos com um olhar desatento o que se passa no interior de Portugal*».

<sup>4</sup> La *Tribune de Genève* de 6 de Fevereiro sublinha igualmente que foi D. Carlos a vítima e não João Franco.

**Reto Mónico**

Investigador Independente

Société d'Histoire et d'Archéologie de Genève

As condenações ao atentado multiplicam-se a par dos comentários e das análises. A imprensa interroga-se sobretudo sobre os aspectos fundamentais do regicídio, primeiramente sobre os autores e os seus eventuais mandatários e depois sobre as suas causas profundas. Coloca-se finalmente a questão do futuro da monarquia portuguesa.

Em geral, os jornais suíços estão limitados a conjecturas<sup>5</sup>. Nada se sabe do atentado, dos seus preparativos e autores. Ainda hoje, só podemos lançar hipóteses, sem apresentar provas, porque as peças da investigação do crime desapareceram. Há *grosso modo* duas tendências entre os historiadores portugueses que estudaram este período: os que afirmam que o assassinio foi um acto isolado de Manuel Buiça e Alfredo da Costa<sup>6</sup>; e os que, contrariamente, pensam que se tratou de uma conspiração do partido republicano e da oposição monárquica<sup>7</sup>.

Na época, os jornais suíços não podiam ir além de vagas suposições. No entanto, um comentário publicado no *Basler Nachrichten* de 9 de Fevereiro revela grande perspicácia:

*«O inquérito oficial sobre o atentado não revela nada. Talvez seja intenção do governo ocultá-lo. Não se pretende agitar ainda mais o país. Além disso, neste momento não é de excluir que os partidos no poder receiem ser comprometidos se houver um inquérito rigoroso.»*

Um artigo publicado no *Neue Zürcher Zeitung*, de 3 de Fevereiro, refere-se à probabilidade do envolvimento dos republicanos portugueses no atentado<sup>8</sup>. O diário de Zurique não faz distinções, considerando que todos, republicanos, miguelistas, anarquistas, «progressistas» e «regeneradores», teriam interesse em desembaraçar-se do rei, ainda que por motivos diferentes. Desresponsabilizam João Franco e valorizam, com pouco espírito analítico, a importância do decreto de 31 de Janeiro que é apenas uma peça do puzzle.

O *Bund*, particularmente escandalizado com a morte do jovem príncipe, fala de um grupo de conspiradores, mas não adianta nada em relação aos mandatários do crime<sup>9</sup>.

Segundo o *Le National Suisse*, trata-se «de um *complot* organizado [...] por alguns indivíduos impelidos a comportamentos violentos face à política de João Franco»<sup>10</sup>.

<sup>5</sup> Segundo o *Emmenthaler Blatt* de 12 de Fevereiro de 1908, por exemplo, tudo o que foi dito sobre o atentado é conjectura.

<sup>6</sup> João Medina, «A Monarquia contestada», in *História de Portugal*. Vol 9. *A Monarquia Constitucional*, Alfragide, 1993, p. 319. A H. De Oliveira Marques, na *História de Portugal*, Vol III, p. 43 afirma que D. Carlos e o seu filho «caíam assassinados em Lisboa por elementos republicanos actuando individualmente». No entanto, na obra *Portugal. Da Monarquia para a República*, [Lisboa, 1991, pp. 693-94] o mesmo historiador, apesar de afirmar que «o assassinato integrava-se nos costumes da época», fala da existência de uma conspiração para eliminar Franco que, em desespero de causa, atingiu o rei e o seu filho. Isso mesmo é escrito no *Courrier de Genève* de 6 de Fevereiro: «Não podendo atingir o ministro, muito bem guardado, os conspiradores decidiram massacrar a família real, pouco protegida, por excesso de confiança do Rei no seu povo». Esta versão é contestada por Rui Ramos [*A Segunda Fundação*, Lisboa, 1995, p. 294]: «[...] o atentado contra a família real não foi um acidente. Os assassinos cumpriram exactamente a missão de matar quem interessava matar. Franco não podia fazer outro D. Carlos, mas D. Carlos podia fazer um outro João Franco.» Segundo Rui Ramos, Afonso Costa e o seu amigo José de Alpoim, chefe da esquerda monárquica, estavam provavelmente a par dos preparativos do atentado. Fernando de Castro Brandão escreve em *História Diplomática de Portugal. Uma cronologia* [Lisboa, 2002, p. 261]: *D. Carlos assassinado por regicidas republicanos e maçónicos.*

<sup>7</sup> Cf. Rui Manuel da Costa Neto, «O regicídio de 1908» in *História*, Novembro de 1996, pp. 11-25. Miguel Sanches de Baêna, *Diário de D. Manuel e estudo sobre o regicídio*, Lisboa, 1990.

<sup>8</sup> *NZZ*, 3 Fevereiro de 1908 (A 1).

<sup>9</sup> «Königsmord in Portugal», *Der Bund*, 3/4 Fevereiro de 1908.

<sup>10</sup> *Le National Suisse*, 7 Fevereiro de 1908. No mesmo número, pode ler-se a propósito de João Franco «O homem funesto compreendeu a parte pesada da responsabilidade que lhe cabe neste caso trágico[...]» Quatro dias mais tarde, o órgão radical de Neuchâtel volta ao assunto: «Todos os derrotados têm direito à piedade ou à clemência, mas Franco fará melhor se se esforçar por passar despercebido.»

O *Corriere del Ticino*<sup>11</sup> – que consagra seis artigos ao acontecimento! – depois de ter sublinhado os erros graves cometidos por D. Carlos e pelo seu primeiro-ministro, escreve no dia 4 de Fevereiro:

*«Os assassinos foram, ao que tudo indica, os executantes de uma sentença emitida por um tribunal político, ou seja, por conspiradores. Estes e os seus cúmplices adoptaram o sistema dos terroristas russos que, como se vê, faz escola.»*

A tese do *complot* político é também defendida pelo *Journal de Genève* de 3 de Fevereiro. O mesmo artigo enumera os males que conduziram ao regicídio: aponta ao rei D. Carlos e aos partidos tradicionais a responsabilidade pela degradação do clima político e financeiro em Portugal. Critica sobretudo o rei por ter permitido a João Franco governar sem consultar o Parlamento desde 1907<sup>12</sup>. Outra crítica diz respeito à ganância desmesurada da família real.

No dia 13 de Fevereiro, o diário liberal de Genebra, que decididamente não usa rodeios, acusa abertamente os republicanos portugueses:

*«Neste momento, não é possível sustentar mais a dúvida. E apesar da reprovção expressa pelos líderes republicanos refugiados em Paris, é claro que foi este partido que preparou e executou o assassinio.»*

«Quem beneficia com este crime?» pergunta-se na edição de 6 de Fevereiro o editorialista do *Tribune de Genève*, que exclui de imediato os republicanos e os legitimistas de D. Miguel, inclinando-se para um *complot* orquestrado por um pequeno grupo de pessoas.

O *Bund*<sup>13</sup> publica uma retrospectiva histórica do reinado do «gordo e *bon vivant*»<sup>14</sup> D. Carlos que, sublinha o jornalista de Berna, não era nem antipático nem tirano, mas também não era um homem notável e, sobretudo, não era um benfeitor do povo. De facto, não teve essa oportunidade, porque herdou do seu pai uma situação pouco brilhante. Não realizou entretanto nada de significativo durante o seu reinado, ainda que fosse pouco, para melhorar a situação do país. Para o diário de Berna não há dúvida: os responsáveis não são o povo nem os partidos políticos, mas o próprio rei e o seu primeiro-ministro. Espezinharam os direitos do povo e isso não podia durar, qualquer coisa teria que acontecer.

O *NZZ*, como já referimos, toma partido por João Franco, e considera injustas as acusações que o responsabilizam pela catástrofe. Em todos os artigos sobre Portugal, o jornal de Zurique defende a política do primeiro-ministro português.

Depois dos acontecimentos trágicos do 1º de Fevereiro, o *NZZ* não abandona o seu protegido. Considera que as acusações de vários sectores dirigidas ao primeiro-ministro, e retomadas pela imprensa mundial, são totalmente infundadas. Assinala, por exemplo, que se os assassinos se puderam aproximar tão facilmente da família real – e sendo esta uma das principais críticas

<sup>11</sup> Fundado em 1891, por Agostino Soldati, este jornal representa a corrente «liberal» dos católicos de Tessin. Promove um entendimento com os radicais e a superação das querelas religiosas, mas é muito conservador no plano social.

<sup>12</sup> O *Tribune de Genève* de 4 de Fevereiro retoma o mesmo argumento: «A génese desta catástrofe deve ser atribuída à ditadura prolongada permitida pelo rei a João Franco» É um risco para um Estado constituído sobre bases constitucionais suspender os privilégios de uma forma arbitrária. O resultado é naturalmente um sentimento de mal-estar que gera as condições de uma revolução que ameaça a ordem e a segurança públicas».

<sup>13</sup> «Königsmord in Portugal», *Der Bund*, 3/4 Fevereiro de 1908. Este artigo ocupa praticamente toda a primeira página.

<sup>14</sup> «Carlos o Gordo» escreve o *Tagblatt der Stadt St. Gallen* de 3 de Fevereiro, que também se refere às actividades artísticas e científicas do rei assassinado.

dirigidas a Franco – isso significa que certos polícias faziam parte do *complot* e não estavam nos seus postos<sup>15</sup>. Segundo o editorialista do *NZZ*, o novo governo não conseguirá acalmar os republicanos e compreenderá que o método de João Franco era o único possível. Seria ele o homem de punho forte capaz de pôr fim aos abusos e à corrupção recorrentes desde há décadas em Portugal, se não tivesse sido afastado<sup>16</sup>.

O *NZZ* reflecte assim a opinião dos jornais portugueses favoráveis ao antigo primeiro-ministro e não acredita no sucesso de um governo republicano num país em que quatro quintos da população é analfabeta<sup>17</sup>. Qual é a razão desta simpatia por João Franco? Será a preocupação com a ordem? Existirão relações entre a família do antigo primeiro-ministro – casado com uma Schindler de Zurique – e o jornal radical? Neste ponto da investigação, apenas podemos colocar isso como hipótese.

Segundo o *Basler Nachrichten*, é demasiado fácil culpar João Franco, considerando, em consonância com o *NZZ*, que a ditadura não conduziria necessariamente ao regicídio. Franco era um político honesto que queria reformar a administração pública portuguesa. Era destino do rei morrer assassinado<sup>18</sup>.

Por seu lado, o *Berner Tagblatt*<sup>19</sup>, pouco surpreendido com «essa terrível catástrofe», admite que Franco agiu sem respeitar a lei, mas reconhece que prestou imensos serviços ao seu país.

Segundo o *Tribune de Genève*, de 4 de Fevereiro de 1908, o único erro de Franco, «homem de energia e consciência», foi ter prolongado demasiado «esse interregno parlamentar que permitiu a certos elementos descontentes agruparem-se e prepararem a queda da dinastia».

Os jornais católicos dão um relevo especial a este acontecimento. *La Liberté* dedica-lhe a primeira página inteira no dia 3 de Fevereiro. Tal como os outros jornais, interroga-se sobre a identidade dos culpados. Oscila, sem ser conclusivo, entre o atentado anarquista e o *complot* organizado pela oposição política. Segundo este jornal, os republicanos poderão estar envolvidos.

No dia 3 de Fevereiro, *La Liberté* expressa a esperança de que o governo português aproveite o movimento de solidariedade provocado pelo assassinio para se desembaraçar dos agentes de perturbação. No dia seguinte, muda de tom e critica a recondução dos dois partidos tradicionais na nova composição do governo português.

*«A ganância vai reinstalar-se; a clientela do governo vai disputar as regalias; o programa destes dois partidos é enriquecer nos lugares públicos. A obra de saneamento de Franco é interrompida por um longo período de tempo, ou mesmo para sempre»*

Assinala-se que a análise de *La Liberté* se junta às do *NZZ* e do *Basler Nachrichten*. Franco não terá possibilidade de completar a sua obra, e tudo voltará ao que era antes, com os políticos a encher os bolsos.

O *Vaterland* e o *Ostschweiz* sublinham também o bom trabalho do antigo primeiro-ministro. O diário de Lucerna ataca sobretudo os grupos anarquistas que não conhecem limites no seu ódio

<sup>15</sup> Cf. *NZZ* de 4 et de 6 de Fevereiro de 1908.

<sup>16</sup> Cf. especialmente o artigo publicado depois das eleições de Abril de 1908 ete o balanço do ano de 190. *NZZ*, 6 de Janeiro de 1909.

<sup>17</sup> *NZZ*, 6 de Fevereiro de 1908. *L'Emmenthaler-Blatt* de 8 de Fevereiro e o *Tagblatt der Stadt St. Gallen* de 11 de Fevereiro defendem também esta perspectiva.

<sup>18</sup> *Basler Nachrichten*, 4 de Fevereiro de 1908. O *Berner Tagblatt* – pouco surpreendido pelos acontecimentos – admite que Franco agiu sem respeitar a lei, mas considera que prestou um bom serviço ao país.

<sup>19</sup> *Berner Tagblatt*, 5 de Fevereiro de 1908.

contra a sociedade<sup>20</sup>. O diário de Saint Gall, por seu lado, não acredita numa mudança de regime sem derramamento de sangue<sup>21</sup>. Mostra-se também muito céptico em relação ao novo governo formado depois do regicídio, uma aliança entre os «regeneradores» e os «progressistas», unidos pela sua oposição ao regime de Franco. Não se poderão entender no que respeita à resolução de problemas de fundo<sup>22</sup>.

Outros três jornais católicos fazem uma análise mais «religiosa» dos factos. Segundo o *Popolo e Libertà*, não são causas políticas que estão na origem do drama de Lisboa, mas antes «uma nova moral que suprime o respeito por Deus»<sup>23</sup>.

O jornalista de Tessin é muito crítico em relação aos que aplaudem os assassinos e os aclamam como libertadores da sociedade<sup>24</sup>. Comparam os regicidas de Lisboa aos responsáveis da revolução radical de Tessin de 1890 que fez uma vítima, o conselheiro de Estado católico Luigi Rossi.

O *Nouvelist Valaisan*, a 6 de Fevereiro, faz referência ao mesmo acontecimento. O exemplo vem de cima, segundo o jornal de Saint-Maurice. Na universidade admiram-se os assassinos políticos, nas cerimónias da franco-maçonaria dá-se um punhal ao candidato que tem de desferir um golpe num manequim que personifica um tirano. Não é de espantar que «a população exaltada retome e dê continuidade a essas tradições». E o jornalista de Valais acrescenta:

*«Imagine-se um português, ou seja, um homem com imaginação fértil e sangue quente, lendo diariamente no jornal palavras de ódio contra o seu rei, contra tudo o que representa a autoridade, e recordando que certos crimes políticos são considerados pela História actos de valor patriótico. Este português diz a si mesmo: “Quero ser um herói; quero santificar-me por amor ao meu país, contribuindo para que se livre dos tiranos.”*

*De todas as formas de sacrifício, os assassinos do rei D. Carlos e do seu filho não escolheram o mais indicado. Se tivessem exposto a sua alma a um bom padre, ele ter-lhes-ia mostrado outros horizontes e provado que os santos não recorreram ao revólver e à carabina para aceder à santificação.»*

A análise do *Courrier de Genève* é próxima da de outros jornais católicos. Depois de fazer o elogio do rei assassinado, morto em combate, «no seu posto, em plena batalha»<sup>25</sup>, elogia Franco, político «jovem, inteligente, muito rico, íntegro, enérgico»<sup>26</sup>, cujo afastamento lamenta. O diário católico de Genebra retoma o tema da perda dos valores cristãos e aproveita a ocasião para criticar as lojas maçónicas:

*«As facções maçónicas perverteram o sentido cristão das vítimas ao serviço das suas acções. A revolução maçónica empenhou-se desde há muitos anos no domínio de Espanha e Portugal para destruir o cristianismo nesses países.»*

<sup>20</sup> *Vaterland*, 4 de Fevereiro de 1908.

<sup>21</sup> *Die Ostschweiz*, 8 de Fevereiro de 1908.

<sup>22</sup> *Die Ostschweiz*, 22 de Fevereiro de 1908.

<sup>23</sup> «Nota de sangue», *Popolo e Libertà*, 3 de Fevereiro de 1908. Os acontecimentos de Lisboa ocupam 60% da primeira página com o título «Massacre do rei e do príncipe de Portugal», e os retratos das duas vítimas, de Franco e da rainha Amélia

<sup>24</sup> *Casario, Luccheni, Bresci, os criminosos de Belgrado, os opositores do Rei de Espanha e os assassinos do rei de Portugal e do seu primogénito quiseram proclamar-se e proclamam-se destinados a libertar a sociedade dos tiranos, de reconduzirem o Estado e o mundo à liberdade, e encontraram sempre vozes e mãos prontas a aplaudir-los.*

<sup>25</sup> «O rei D. Carlos», *Courrier de Genève*, 5 de Fevereiro de 1908.

<sup>26</sup> «A ditadura portuguesa», *Courrier de Genève*, 6 de Fevereiro de 1908.

A resposta do jornal dos radicais do mesmo cantão não se fará esperar. Num artigo publicado no dia 7 de Fevereiro, *Le Genevois* aconselha os católicos a arrumarem primeiro a sua casa:

*«O Courier de Genève terá a gentileza de nos explicar que responsabilidade atribui à acção maçónica no regicídio de 1539, em plena Liga, executado pelo monge Jacques Clement contra o muito cristão rei Henri III?»*

*O Courier de Genève poderia também aproveitar a ocasião para nos esclarecer o que pensa da influência maçónica no que diz respeito aos sermões dos arrebatados pregadores da Liga depois da renúncia de Henri IV, em que estes homens de Deus divulgavam a alegada prova da “conversão simulada” do rei e defendiam claramente o seu afastamento por meios violentos. Assim que o Courier tiver explicado os regicídios em nome da Igreja ou preconize o regicídio como um valor aos olhos de Deus, estará qualificado para se intrometer nos assuntos do templo maçónico.»*

O diário radical condena sem rodeios o crime para o qual não encontra nenhuma justificação, apesar da política reaccionária do rei nas semanas anteriores, mas também não acredita no envolvimento dos republicanos no atentado<sup>27</sup>.

Os radicais jurassianos alinham pela mesma bitola. O jornal *Le Démocrate*, de Delémont, a 5 de Fevereiro, prevê que o sangue derramado causará um enorme prejuízo aos republicanos portugueses, designados pela direita como bodes expiatórios: um sonho parece desabar para este «belo país», porque a única solução possível para o futuro – a instauração da república – pode ter ficado hipotecada por este crime sangrento.

Resumindo, podemos dizer que os jornais suíços que condenam o assassinato atribuem-lhe explicações divergentes. Uns acusam o rei e Franco<sup>28</sup>, outros acusam a propaganda da oposição, outros culpam os anarquistas e ainda há quem invoque o destino. Se os jornais católicos apoiam o antigo primeiro-ministro e acusam quase abertamente os republicanos, e sobretudo os franco-maçons e os anarquistas, a imprensa radical – que tem tendência para sobrevalorizar o peso numérico dos republicanos em Portugal – não é unânime. Os radicais de Zurique e os liberais de Bâle defendem a política de Franco e manifestam muitas reservas quanto aos republicanos; por seu lado, o *Bund*, o *Tagblatt der Stadt St. Gallen*, *Le Genevois*, *Le National Suisse* e *Il Dovere* condenam firmemente a ditadura de Franco que só pôde instalar-se com o aval de D. Carlos.

*La Revue*<sup>29</sup> é mais matizada tal como o *Journal de Genève*, a *Gazette de Lausanne* e o *National Zeitung*, de Bâle, que oscilam entre a crítica dos métodos anticonstitucionais de Franco e a necessidade de tomar medidas firmes para fazer Portugal sair do marasmo.

*La Libre Pensée*, órgão maçónico da Suíça Francesa, manifesta uma opinião muito diferente. Nada indignado com os acontecimentos do 1º de Fevereiro, lembra antes que a perda causada por uma morte a uma sociedade é proporcional ao valor do morto:

*«Um cientista morto, um Pasteur ou um Berthelot, ou um pensador, um Zola, um Carducci, um Spencer, ou um idiota de nascença, um epilético internado há 20 anos num hospício, serão perdas igualmente irreparáveis para a humanidade? [...] Só os imbecis e os incuráveis causam custos que não têm contrapartidas.»*<sup>30</sup>

<sup>27</sup> *Le Genevois*, 4 de Fevereiro de 1908. O *Berner Tagblatt* de 3 de Fevereiro afasta a hipótese de um atentado anarquista; no dia 5, o jornal de Berna expressa a sua incredulidade quanto à responsabilidade do partido republicano, «demasiado frouxo» e «incoerente»

<sup>28</sup> Segundo o *Emmenthaler-Blatt* de 8 Fevereiro, D.Carlos e Franco dividem a responsabilidade em partes iguais.

<sup>29</sup> *La Revue*, 3 de Fevereiro de 1908.

<sup>30</sup> *La Libre Pensée*, 8 de Fevereiro de 1908.

Depois desta observação agressiva e peremptória, o jornal investe contra o falecido rei D. Carlos:

*«Trata-se de um parasita que custa anualmente 40 milhões, cuja pessoa é inviolável, acima da lei, que governa mas não é responsável, que tendo gasto mais do que lhe competia, se defende suspendendo as garantias constitucionais, que falsifica as eleições enchendo até ao limite as urnas de falsos boletins, um homem de má fé que não produz nada, não melhora nada, firmemente decidido a manter o povo no seu estatuto, miserável e iletrado, um parasita, absurdo ídolo nacional, de manutenção cara e excessiva.»*

A vingança popular é, portanto, lógica e previsível. Manuel Buíça é comparado ao próprio Guilherme Tell!

*«Um Tell mata um Gessler, um Manuel Buíça mata um D. Carlos; não admira; a cólera humana não raciocina. D. Carlos morreu, em que pode isso beneficiar os velhos republicanos? Viva as Repúblicas!»*

*Le Volksrecht* retoma o tema num artigo intitulado «O assassínio de um tirano»<sup>31</sup>. Recusa a tese de um *complot* anarquista ou socialista. Foram os burgueses que pegaram nas armas por não suportarem mais a opressão de um parasita sem pudor. Assassinaram um monarca que vivia sumptuosamente às custas de um povo, pelo qual nunca manifestou mais do que um vil desprezo. D. Carlos suscitou o ódio pelas suas contínuas provocações. Isso acabou em sangue. No entanto, acrescenta o diário de Zurique, só os burgueses estão implicados neste caso que não comoveu muito a Europa.

Dez dias mais tarde, o diário socialista de Zurique volta à questão do peso dos republicanos portugueses na opinião pública. Não é muito optimista. O país está a braços com 80 por cento de analfabetos e só uma pequena minoria se interessa pela política. Não há operários nem camponeses no partido republicano. A revolução não é para amanhã. E o *Volksrecht* conclui:

*«Os assassinos foram enterrados nestes dias, sem que saibamos a que partido eles pertenciam. Nesta tragicomédia, eles parecem ter sido os únicos intrépidos.»*<sup>32</sup>

O diário socialista *Basler Vorwärts* vê nos recentes acontecimentos de Lisboa a prova de que a forma monárquica do Estado é prejudicial e absurda. Na situação crítica que atravessa Portugal, tiveram que coroar uma criança que não compreende melhor do que um jovem camponês o que significa governar<sup>33</sup>.

Na Suíça Francesa, o *Peuple Suisse*, jornal socialista e sindical não tem dúvidas quanto às responsabilidades dos republicanos portugueses:

*«A imprensa burguesa fez todos os possíveis para colocar nos anarquistas a responsabilidade do atentado de Lisboa, mas parece que foi em vão. O golpe partiu evidentemente dos meios republicanos burgueses.»*<sup>34</sup>

<sup>31</sup> «Ein Tyrannenmord», *Volksrecht*, 4 de Fevereiro de 1908.

<sup>32</sup> *Volksrecht*, 14 Fevereiro de 1908.

<sup>33</sup> *Basler Vorwärts*, 4 de Fevereiro de 1908.

<sup>34</sup> Charles Naine, «De profundis», *Peuple suisse*, 19 de Fevereiro de 1908.

Apesar de lamentar as vítimas inúteis, este jornal critica a atitude do governo helvético:

*«Também são repugnantes as bajulações do Conselho Federal, que não sabe nada da nossa história. Não seria mais de acordo com a tradição suíça, se tivessem enviado aos republicanos portugueses um Guilherme Tell em bronze?»<sup>35</sup>*

Segundo o mesmo jornal, o desaparecimento do rei é um bem para os portugueses: desencadeou «uma mudança feliz».

No Tessin, o *Azione*, diário da esquerda radical, dedica três comentários ao acontecimento. Segundo o seu redactor, o povo português perdeu a paciência em relação à «violência bestial» e à «violenta tirânica» do regime. Estava em situação de «legítima defesa»<sup>36</sup> e tinha o direito de abater o seu tirano!

Apesar de admitir que perante a morte, a pena do jornalista se inibe, o *Aurore*, órgão do partido socialista de Tessin, não poupa D. Carlos, considerando que um bom atirador foi morto por outros hábeis atiradores. Compara o rei ao seu bisavô materno:

*«Talvez pudesse ter sido, apesar de todos os seus defeitos, um bom artista, um pai razoável, um burguês gordo a gastar as suas rendas...mais ele quis ser um pobre rei sem inteligência e sem coração, ainda mais indeciso e hesitante do que o seu bisavô materno, Charles Albert, rei de Piémont, traidor e assassino daqueles que, na sua juventude, o ajudaram a subir ao trono.»<sup>37</sup>*

E o jornalista justifica o regicídio:

*«O dono da casa pode mandar embora um hóspede que o incomoda; os portugueses assumiram o direito de expulsar um rei que já não os servia, que lhes causava problemas, que os empobrecia e que os fazia regredir no caminho da civilização.»*

A imprensa de esquerda é praticamente unânime na aprovação desta «justiça popular».

*Il Ragno*, semanário satírico, no seu número de 8 de Fevereiro, publica um diálogo entre duas personagens, Paul e Ghita, que se encontram em Lugano. Apresentamo-lo aqui porque mostra como a notícia do atentado se difundiu, pelo menos nas cidades.

*(Borgia, o vendedor de jornais passa e grita: «Secolo-Corriere, com os detalhes do assassinato do rei de Portugal».)*

*Paul: Quem é que mataram?*

*Borgia: O rei de Portugal.*

*Paul: Quem?*

*Guita: Ele disse que foi o rei de Portugal.*

*Paul: Era gordo?*

*Borgia: Tinha mais de cem quilos.*

*Paul: Bom, não me venha com aldrabices!*

*Borgia (mostrando-lhe o Tempo): Vá, leia!*

*Paul: Quanto custa?*

<sup>35</sup> *Peuple suisse*, 8 de Fevereiro de 1908. É a terceira vez que este jornal insiste na questão!

<sup>36</sup> «A tragédia de Lisboa», *Azione*, 5 de Fevereiro de 1908.

<sup>37</sup> «A tragédia de Vila Viçosa», *Aurora*, 8 de Fevereiro de 1908.

*Borgia: 5 cêntimos. Um caixão é mais caro.*

*Paul: Está bem, dê-me um. Leio um bocado enquanto vou a caminho de casa. O preço da fruta vai descer agora que mataram o rei de Portugal.<sup>38</sup>*

Uma semana mais tarde, o mesmo semanário reproduz um texto do seu “correspondente” em Lisboa que descreve o que se passou na Praça do Comércio nesse sábado 1º de Fevereiro. É um texto tragicómico redigido numa mistura de espanhol e italiano. O facto de um jornal satírico regional referir o regicídio de Lisboa duas vezes é uma prova suplementar do eco que este acontecimento teve na Suíça.

Quanto às consequências do atentado, verifica-se que certos jornais oscilam entre um certo pessimismo, perceptível em artigos do *La Liberté*, de 4 de Fevereiro, e da *Gazette de Lausanne*, de 22 de Fevereiro, e alguma esperança expressa pelo *Corrière del Ticino*, do dia 6 de Fevereiro. Este jornal considera que o novo regime começou bem, mas aconselha os partidos rotativistas a corrigir os maus hábitos que quase levaram o Estado à falência. O jornal *Le National Suisse* de dia 12 de Fevereiro, por seu lado, congratula-se com a atitude do jovem Manuel II que renunciou à vingança.

A aparente indiferença do povo português impressiona particularmente os observadores. Cita-se aqui o que o jornal *Le Genevois* escreveu a propósito dos funerais reais:

*«[...] há alguma emoção na multidão? Não a vejo, nem compreendo o ambiente vivido. As pessoas riem-se, cantam, juntam-se, empurram os soldados que fazem barreira, andam à pancada, pedem explicações, têm curiosidade, mas não estão comovidas. Apelando às nossas memórias dos franceses, comentávamos ontem, entre amigos:*

*Que diferença, em relação aos acontecimentos que se seguiram ao assassinato de Sadi-Carnot em Lyon [...]*

*Nesta situação, ninguém chora. Apenas esperam com impaciência o início de um espectáculo considerado apelativo, e mais nada.<sup>39</sup>*

Se o desaparecimento do rei D. Carlos e do seu filho não suscitam emoção em Lisboa, sintoma evidente do descrédito em que tinha caído a família real, os túmulos dos dois regicidas tornam-se rapidamente objecto de veneração popular. O *Journal de Genève* de 13 de Fevereiro mostra-se surpreendido e perturbado com este facto. Pretende ver na popularidade dos assassinos a prova de que os republicanos estão envolvidos no crime.

O futuro da dinastia de Bragança parece muito comprometido, segundo o redactor de Genebra, porque o ódio associado ao nome do rei é profundo. O partido republicano português, que instiga este ódio, é o responsável. A *Gazette de Lausanne*, a 22 de Fevereiro, pela pena de Albert Bonnard, partilha esta perspectiva. As concessões feitas pelo governo (libertação de prisioneiros políticos, anulação de decretos autoritários), não favorecerão a causa da monarquia.

*«E agora?*

*Ninguém seria capaz de rejeitar o novo rei. Mas não parece que lhe levem suficientemente a bem as suas concessões para que o seu trono se possa considerar consolidado. Por toda a parte, consideram-nas antes prova de fraqueza e de receio. Aparentemente, só um milagre poderia salvar a dinastia portuguesa.»*

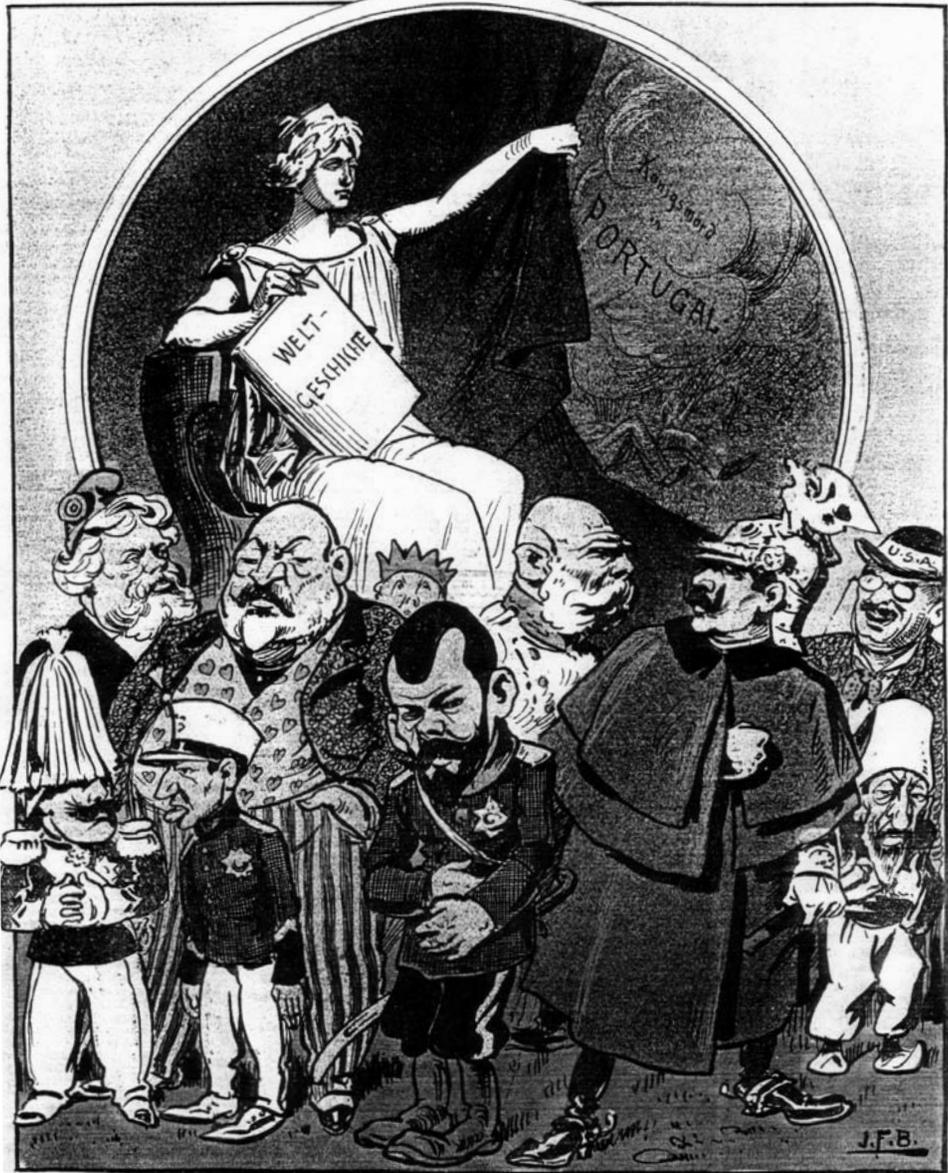
**O futuro só lhe dará razão.**

(Tradução de Clara Roldão Pinto Caldeira)

<sup>38</sup> No dialecto de Tessin, o termo «português» designa as laranjas e em certos sítios, as tangerinas

<sup>39</sup> Jean Servien, «Na capital portuguesa», *Le Genevois*, 14 de Fevereiro de 1908. O artigo data de dia 8.

## Pharisäer.



«O coro dos medrosos»: «*Senhor, agradeço-te por não ser como aqueles*» Sob o título «Fariseus», o *Nebelspalter* de 8 de Fevereiro de 1908 apresenta os principais chefes de Estado europeus e dos Estados Unidos ainda vivos. Da esquerda para direita: Victor-Emmanuel III, Armand Fallières, Alfonso XIII, Edouardo VII, Nicolas II, Francisco-José, Guilherme II, o Sultão Abdül-Hamin e Theodore Roosevelt.

## Principais jornais consultados

Jornais	Cantão	Tendência	Fundação	Tiragem em	
				1896	1913
<i>Gazette de Lausanne</i>	Vaud	liberal	1798	5 400	11 000
<i>Journal de Genève</i>	Genebra	liberal	1826	6 900	8 200
<i>Basler Nachrichten</i>	Basileia	liberal	1845	?	10 500
<i>Berner Tagblatt</i>	Berna	lib.-conservador	1888	5200	8000
<i>National Zeitung</i>	Basileia	radical	1842	14 500	25 000
<i>NZZ</i>	Zurique	radical	1780	10 500	25 000
<i>Der Bund</i>	Berna	radical	1850	6 900	21 000
<i>Emmenthaler-Blatt</i>	Berna	radical	1845	21000	21100
<i>La Revue</i>	Vaud	radical	1868	6 500	8 500
<i>Le Genevois</i>	Genebra	radical	1875	4 900	7 000
<i>Der Landbote</i>	Zurique	radical	1834	750	2 000
<i>St Galler Tagblatt</i>	San Gallo	radical	1839	7 200	12 600
<i>Dovere</i>	Ticino	radical	1877	1 400	4 000
<i>Le Démocrate</i>	Berna (Jura)	radical	1877	500	4 500
<i>National Suisse</i>	Neuchâtel	radical	1856	5 200	?
<i>La Liberté</i>	Friburgo	católico	1871	2 900	6 400
<i>Courrier de Genève</i>	Genebra	católico	1868	3 900	?
<i>Vaterland</i>	Lucerna	católico	1833	8 000	14 700
<i>Die Ostschweiz</i>	San Gallo	católico	1874	4 500	6 000
<i>Popolo e Libertà</i>	Ticino	católico	1859	1 900	4 500
<i>Nouvelliste</i>	Valais	católico	1903	—	6 100
<i>Corriere del Ticino</i>	Ticino	católico-lib.	1892	1 800	1 800
<i>L'Aurora</i>	Ticino	socialista	1901	—	2 500
<i>Berner Tagwacht</i>	Berna	socialista	1893	2900	7 800
<i>Volksrecht</i>	Zurique	socialista	1898	—	16 500
<i>Basler Vorwärts</i>	Basileia	socialista	1886	4 500	6 000
<i>Le peuple de Genève</i>	Genebra	social.-sind.	1895	2 500	3 000
<i>La Libre Pensée</i>	Vaud	maçónico	1905	—	?
<i>Tribune de Genève</i>	Genebra	indep. direita	1875	21 000	28 000



## O CERCO IDEOLÓGICO DO ESTADO NOVO À IMPRENSA DE «PROVÍNCIA»

Em Dezembro de 1933 a censura era ainda aos olhos de alguns um «problema palpitante». Assunto actual, que ainda agitava. Apesar de se ter imiscuído na prática jornalística dos grandes jornais diários há quase oito anos, apesar de ter já calado alguns dos principais órgãos de antigos partidos e organizações sindicais, apesar da mais recente remodelação ministerial lhe ter alargado competências e meios. Continuavam a pulsar, não sabemos hoje com que força, focos de incomodidade e até de resistência à censura.

Assistia-se então à liquidação de um século, quase ininterrupto, de vivência política liberal. Com a aprovação da Constituição, em Março de 1933, o regime do Estado Novo lançara os dois alicerces institucionais da sua política de informação: a Direcção Geral dos Serviços de Censura (DSC)<sup>1</sup> e o Secretariado de Propaganda Nacional (SPN). Complementares no esforço de «formação de uma nova mentalidade nacional»<sup>2</sup>, anti-liberal e nacionalista, defendida por Salazar, que a propósito argumentava, não ser possível «o luxo de deixar reinar de novo (...) a divisão e a discórdia e de permitir às lutas partidárias o fraccionamento da unidade moral da Nação»<sup>3</sup>.

Num país em que 51% dos seus habitantes eram analfabetos, onde, em vastas zonas do país, «juntar letras» era sinal de distinção social – segundo o censo de 1940, apenas 26% da população agrícola activa sabia ler – o regime do Estado Novo parece assumir a excelência da imprensa enquanto meio de formação e

<sup>1</sup> Criada pelo Decreto-lei nº 22 756, de 29 de Junho de 1933

<sup>2</sup> Oliveira Salazar, *Discursos e Notas Políticas, 1935-1937*, vol. 2, Coimbra Editora, p. 346.

<sup>3</sup> *Idem*, 1938-1943, vol.3, p. 161.

informação. Não por acaso, os dois novos instrumentos de governação ensaiam, nesse ano de 1933, diferentes modalidades de controlo da imprensa portuguesa.

Três meses depois da sua criação já o Secretariado de Propaganda Nacional prestava contas do seu trabalho junto da Presidência do Conselho de Ministros, elaborando o «Relatório Sobre o Estado Actual da Imprensa da Província (1 de Janeiro de 1933)» (aqui chamado de Documento A)<sup>4</sup>. Um ano volvido, o mesmo organismo emitia novo documento, «Imprensa de Província, Relatório Referente ao Ano de 1934» (aqui chamado Documento B)<sup>5</sup>. A presente exposição circulará quase exclusivamente neste suporte documental. Mas, convém salientar, a análise destes relatórios será aqui antes demais um pretexto para chamar a atenção sobre o trabalho imenso que a História da Imprensa em Portugal tem ainda pela frente. Para todos os investigadores que se debruçam sobre o interesse dos portugueses pelos negócios públicos este campo histórico merece certamente a sua atenção.

Neste sentido, resolvemos reproduzir em anexo<sup>6</sup> as informações contidas no Documento B ainda não publicadas. Porém, se disponibilizar esta fonte histórica era já propósito suficiente, pareceu-nos oportuno levantar aqui algumas hipóteses interpretativas sobre o papel desempenhado pelo Secretariado de Propaganda Nacional no controlo da imprensa de «província», no período imediato à institucionalização do Estado Novo.

Este objectivo exigiu da nossa parte um procedimento prévio: aventurarmo-nos no desenho, ainda que aproximativo, dos traços caracterizadores da imprensa de província, o sujeito desta investigação, o alvo do poder político.

Mas não era fácil caracterizar a imprensa de província portuguesa em 1933. Impera sobre ela um total vazio historiográfico. Faltam-nos inventários de títulos, monografias sobre a sua implantação regional, os seus colaboradores, a sua organização, as suas práticas jornalísticas, funções sociais, etc. Como se comportara esta imprensa de província na tensa I República Portuguesa? Como evoluíra durante a Ditadura Militar? Que públicos chegara a alcançar alguma vez a imprensa de província em Portugal? Diminuíram o número de portugueses que se interessavam pelos negócios públicos com a crise que o sistema político liberal português vivenciou? A história da imprensa portuguesa do século xx está por fazer. Neste sentido, os anos de 1933-1934 serão obrigatoriamente o ponto de partida possível da nossa análise, forçada à perspectiva do curto prazo, pela exiguidade de conhecimentos que dispomos sobre o assunto.

Os nossos relatórios contudo davam-nos algumas pistas, embora nos levassem para direcções aparentemente bem distintas. Por um lado, destacavam uma realidade, no espaço mediático português, a que chamavam imprensa de província, sugerindo à partida a possibilidade de um certo grau de homogeneidade nos títulos que nela convergiam. Por outro, revelavam uma imprensa com uma implantação regional muito variável.

Embora separados apenas pelo espaço de um ano os dois documentos apresentavam uma outra diferença assinalável. O Documento A valorizava a análise subjectiva da imprensa, nas referências que fazia aos jornais, utilizando expressões como «sem importância»<sup>7</sup>, «com valor», «sem valor

<sup>4</sup> In *A Política de Informação no Regime Fascista*, *ob.cit.*, pp. 56-63.

<sup>5</sup> Este relatório foi em parte publicado pela Comissão do Livro Negro sobre o Fascismo, na *A Política de Informação no Regime Fascista*, *ob.cit.*, (pp. 64-72) porém, no arquivo do Secretariado de Propaganda Nacional, depositado no Armazém do Pendão, em Queluz, acedemos, ao relatório completo, não cotado.

<sup>6</sup> Quadro VI.

<sup>7</sup> *Notícias de Mirandela*, distrito de Bragança, independente.

algum», «de pouco vale», «com valor político», que «domina», etc. O Documento B, em contrapartida, revelava já um SPN apostado na nova forma de intervenção em que se especializaria: a «objectivização» da realidade no número e no quadro estatístico. E se esta mudança de abordagem é, muito provavelmente, a forma mais eficaz de valorizar e legitimar a actuação dos recém-formados serviços do SPN, não deixa porém, em contraste com a postura do Documento A, de nos alertar para a perversa simplificação da realidade que o número tantas vezes opera. Nesse sentido, o Documento A obriga-nos não só a admitir a existência de diversidade nessa realidade supostamente homogênea, como nos avisa sobre a importância das valorizações qualitativas inexprimíveis em números, que se manifestam nas diversas, mas sentidas, influências exercidas pelos jornais.

Convém desde já esclarecer o que entende o Documento A por «província»: a totalidade das localidades do país (do continente), à excepção das cidades de Lisboa e Porto. Tudo indica ser esta representação partilhada pelos responsáveis políticos portugueses na década de trinta, porque insusceptível de provocar qualquer interrogação. Mais, nesse esforço de «reconstrução» política e social que o Estado Novo advoga, e no qual o SPN participa, a leitura de um país dividido em dois, entre «cidades» distintas da «província», revelar-se-ia operacional.

A bipolarização do país não era arbitrária. Segundo o censo de 1940, das 3987 freguesias existentes, 2858 eram freguesias rurais, com uma população que não excedia os dois mil habitantes. Nesse ano, 72% da população portuguesa que vivia em localidades com mais de 10.000 habitantes encontrava-se em Lisboa e Porto. Significava que, exceptuando estas duas cidades, a primeira com 709.179 habitantes e a segunda com 262.309, todas as outras capitais de distrito tinham menos de 30.000 habitantes, à excepção de Setúbal com cerca de 37.000, sendo que Guarda e Bragança não chegavam aos 7000 indivíduos.

Num país predominantemente rural onde, em 1940, 51,5 % dos portugueses se mantém ligado à agricultura, os sectores secundário e terciário gravitam também eles à volta das sub-regiões Porto-Braga e Lisboa-Setúbal. E veja-se a título de exemplo: dos 190.149 indivíduos que se dedicavam ao comércio, 103.402 vivem em Lisboa e no Porto; dos 100.880 funcionários públicos 52.773 exercem funções em Lisboa e Porto. O grau de urbanização destas cidades contrastava com o resto do país.

Acresce que os dois «mundos» – o rural e o citadino – que co-habitavam em Portugal poucos contactos mantinham entre si. Em 1940 existiriam cerca de dez aparelhos telefónicos por cada mil habitantes. Numa área global de cerca de 90.000 quilómetros quadrados, apenas 20.000 eram cobertos por estradas. A baixíssima densidade viária deixava no isolamento amplas zonas, sobretudo no interior do país. Em 1940, em média, em cada quilómetro das poucas estradas que existiam em Portugal só terão circulado 1800 indivíduos. O índice de passageiros transportados por camionagem, nesse ano, foi de 3,1 viagens por habitante. Viajava-se pouco. A rede ferroviária que cobria apenas 3500 quilómetros de extensão, concentrando-se no litoral, de pouco valia para melhorar esta situação.

Tinham ao que parece razão os decisores políticos para actuarem de forma distinta sobre a imprensa de «província». Esta emergia num caldo social bem diferenciado das grandes cidades, onde pesava a ruralidade, o analfabetismo e o isolamento.

Sabemos que o poder central lhe reconheceu um papel potencialmente influente nos meios sociais em que operava. O relator do Documento A reconhece de forma genérica «a importância da imprensa da província como meio de propaganda nas cidades, vilas e aldeias» salientando a necessidade de «conhecê-la o melhor possível».

Inventariar essa imprensa do Portugal profundo, conhecê-la para a direccionar, começa por ser aliás a prioridade do SPN. O levantamento de títulos não é porém acompanhado por nenhuma informação objectiva complementar, que nos ajude a caracterizá-la, por exemplo, periodicidade (diários, semanários...), nome dos directores das publicações, venda directa ou por assinatura, tiragens, ano de criação, etc.

Da pena do relator do Documento A saiem apenas duas notas excepcionais: a cidade de Aveiro, onde é referido o jornal *Democrata*, como tendo uma tiragem de 1150 exemplares (não anota a periodicidade); a cidade de Vizeu, onde se indica o nome do director («prevalece a imprensa anti-situacionista com o jornal de Marques Loureiro»). Um silêncio absoluto impera sobre dados desta natureza para os restantes órgãos de imprensa, aqui tratados como «de província». Muito provavelmente este vazio deve-se, em parte, à rapidez com que estes elementos foram coligidos. É mais uma vez o Documento A que aponta: «foram lidos durante algumas semanas todos os jornais e estudadas as suas tendências e respectiva importância(...)». Todavia o inventariador, ao singularizar estes casos, remete-nos para uma substancial homogeneidade na restante imprensa de província, muito provavelmente caracterizada por tiragens pouco significativas (porque não assinaláveis) e, se quisermos ir ainda mais longe na especulação, dirigida por personalidades semi-obscuras, pelo menos, saliente-se, aos olhos do funcionário de um gabinete da capital. À investigação futura caberá dar corpo, movimento e alma a estes directores, redactores e administradores de jornais locais.

Embora, evidencie-se, sem termos procedido a nenhuma investigação sistemática sobre este assunto, a leitura aleatória de alguns destes órgãos de imprensa escrita, permitiu-nos constatar a frequência com que um único indivíduo concentrava em si várias funções, de director, redactor, administrador, proprietário.

À hipótese de estarmos perante uma imprensa de tiragens pouco significativas podemos acrescentar a forte possibilidade de esta exercer a sua influência num espaço tendencialmente circunscrito. A acção destes jornais parece exercer-se tendencialmente a nível concelhio, pelo menos é esta unidade administrativa que o funcionário do SPN adopta nas suas esforçadas avaliações qualitativas (Documento A). E nem mesmo nas regiões onde escasseiam jornais (como Bragança) ou se multiplicam títulos (como Aveiro) se procedeu a nenhum reacerto de avaliação<sup>8</sup>.

Na dimensão e influência destes jornais poderá provavelmente explicar-se o critério distinto a que obedeceu o Documento B, que inseriu títulos das duas grandes cidades no seu inventário, referenciando para Lisboa apenas a não inclusão das publicações literárias e dos títulos da imprensa diária. Embora o relator nada nos diga a propósito do Porto, tudo leva a crer ter seguido critério idêntico.

De qualquer forma, por total desconhecimento ou por ser considerado irrelevante esmiuçar os pequenos espaços de circulação ocupados por cada um destes jornais, o certo é que o trabalho do SPN parece consistir, antes demais, num arrancar da obscuridade, ou semi-obscuridade, títulos que o poder central ignora. A propósito do distrito de Castelo Branco, o relator acrescenta significativamente em nota: «o Anuário Comercial refere-se a um jornal *O Imparcial* que não conhecemos». Da atitude do funcionário de Lisboa transparece muito provavelmente a percepção de que nenhum título deveria ser menosprezado porque, a exercer influência esta imprensa de província fá-lo-ia circunscrita e localmente, controlá-la seria um exercício de minúcia. Este preciosismo do relator

<sup>8</sup> Ver Quadro IV.

diz-nos mais, alerta-nos para o esforço de rigor que os responsáveis pela elaboração destes relatórios impuseram ao levantamento que realizaram.

Tudo parece indicar que nenhum órgão recenseado nestes documentos ultrapassou o estreito espaço da região administrativa em que se implantou. Mais. Nenhum jornal de província parece ter conseguido impor-se como negócio rentável, florescente. O que não é o mesmo que afirmar que todos eles dessem prejuízo, e muito menos que não pudessem sustentar um pequeno número de orçamentos domésticos, mais ou menos remediadamente. Mas nada sabemos sobre as diferentes orgânicas de funcionamento, formas de financiamento ou encargos que respeitem a estes jornais. O estudo das localizadas teias de interesses e motivações que animam esta imprensa de «província» está por fazer.

Contudo, muito provavelmente, estamos mesmo perante uma imprensa com tiragens reduzidas, penando com dificuldades financeiras, assente num espaço de acolhimento restrito.

Porém, um simples relance pelos dados contidos nos dois relatórios (veja-se o Quadro IV) permitiam compreender que esta imprensa tinha uma implantação de tal forma desigual que nos obriga a repensá-la na sua diversidade. Um distrito interior como Bragança apresentava 2 títulos, enquanto em Aveiro prosperavam 35 jornais.

Foi quase em vão que procurámos alguns indícios de esforço interpretativo destas diferenças nos nossos documentos.

Embora o objectivo dos documentos (A e B) fosse muito para além da inventariação de títulos, e ambos propusessem uma classificação política desta imprensa em «situacionistas, simpatizantes, neutros, anti-situacionistas e jornais de classes»<sup>9</sup>, nenhum deles coligia dados explicativos das diferenças quantitativas e qualitativas encontradas. Mesmo o Documento A, que como vimos se distinguiu por proceder a uma análise qualitativa dos títulos recenseados, não deixava de fazer transparecer uma desoladora míngua de referências às desiguais influências locais recenseadas.

Apenas duas alusões, à cidade de Lisboa e Santarém, apresentavam uma vaga hipótese de existir alguma correlação entre variáveis regionais: entre o número de habitantes e o número de jornais existentes; entre um maior grau de penetração da imprensa de Lisboa e a pobreza no número de títulos destes distritos (Lisboa «a existência de poucos jornais claramente situacionistas ou anti-situacionistas numa região tão populosa, explica-se pela penetração que nela têm os jornais da capital»; Santarém «exceptuando Abrantes não há no distrito um jornal que faça francamente a propaganda dos princípios do Estado Novo. Essa falta faz-se sentir principalmente na cidade de Santarém. Também não há imprensa claramente anti-situacionista em todo o distrito. Será devido à proximidade de Lisboa e do facto de em Santarém receberam os jornais horas depois de aparecerem na capital que se nota no distrito, uma falta de imprensa propriamente política?»).

Se olharmos para o Quadro V não é difícil compreender que a variável número de habitantes não era um absurdo completo. Contam-se entre os distritos mais populosos aqueles que apresentam um maior número de jornais (Porto, Braga, Aveiro, Coimbra), contudo esta variável está longe de explicar todas as oscilações de implantação registadas. E basta olhar para os despovoados distritos de Beja (com 8 títulos, e uma população de 275.441 habitantes) e Bragança (com 2 títulos e 213.233 habitantes), ou ainda verificar como os populosos distritos de Faro e Leiria não conseguem igualar os mais despovoados distritos de Portalegre ou Évora.

<sup>9</sup> Esta última classificação foi abandonada. Os dois documentos adoptam a seguinte classificação: situacionistas, simpatizantes, neutros, anti-situacionistas.

O grau de velocidade de penetração no espaço português da imprensa diária de Lisboa é também apresentado como condicionante para a maior implantação dos jornais de província que, sabemos, obravam tendencialmente em meios contagiados pela ruralidade, onde a imprensa diária de maior circulação editada em Lisboa e no Porto só chegava, quando chegava, com alguns dias de atraso (difíceis de contabilizar).

Apesar da escassez de informações existentes, as notas do relator do Documento A deixam-nos a impressão das dificuldades dos circuitos de distribuição dos grandes jornais citadinos, certamente ancoradas na estrutural carência portuguesa em vias de comunicação e transportes, que atrás nos referimos. O certo é que o relator deste documento, na sua tentativa de caracterização da imprensa de província, refere apenas duas vezes a influência dos jornais de Lisboa. Convém pois tomar algumas precauções sobre o alcance da imprensa diária de Lisboa e do Porto, este parece ser assinalável, desde que expurgado da variável temporal (no sentido de velocidade a que se acede a uma informação). Na província «os mais sequiosos de notícias vão lê-las ao merceiro ou boticário do lugar, que é correspondente de algum diário do Porto ou Lisboa e proporciona a leitura do seu exemplar a todos os fregueses que frequentam a loja»<sup>10</sup>.

A escassez de informações sobre a variável «acessibilidade à imprensa da capital», permite-nos colocar a hipótese de estarmos perante uma imprensa que tende a florescer num espaço mediático tendencialmente desabitado. O que também é apenas meia verdade. Se olharmos, uma vez mais, para o Quadro V verificamos que a distância e o isolamento do distrito de Bragança não impulsionou uma imprensa vigorosa.

Não tendo este estudo a pretensão de poder analisar em profundidade a diversidade desta imprensa, não deixam porém de nos assaltar algumas condicionantes susceptíveis de interferir nas várias configurações regionais: densidade populacional, grau de analfabetismo, cultura política comunitária, influência do catolicismo, configuração de élites políticas, etc., a que não escapa o valor (político e humano) dos seus redactores.

O que sabemos é que eram bem vastas as tâmporas dos que faziam este ou aquele órgão ser, aqui e ali, influente. E, mais uma vez, não dispondo de conhecimentos sobre os conteúdos destes jornais (géneros, diversidade, informação, actualidade, etc.) seria interessante saber em que medida esta imprensa seria padronizável ou personalizada.

Não obstante todas as lacunas que temos vindo a referenciar podemos desde já adiantar que estamos, ao que tudo indica, a falar de uma imprensa quase desconhecida em Lisboa, de influência circuncrita, que abarcava um pequeno universo de títulos, mas que nem por isso era esquecida pelo poder central.

Mas atenção, não era insignificante. Na província o jornal era lido por mais do que um leitor, era «frequente os leitores existentes associarem-se para assinarem o mesmo jornal»<sup>11</sup>. Além de lido e relido, o jornal era estimado: «o leitor provinciano, para quem o jornal constitui, quase sempre, um azeite cultural e uma respeitável bíblia que importa consultar, para poder orientar-se e formar opinião, não lê levemente, o seu jornal. Pelo contrário; se o artigo lhe agradou, se lobbrou nele um reflexo do seu próprio bom senso, faz mais do que lê-lo e recomendar a leitura à família, aos amigos, aos conhecidos: recorta-o, cuidadosamente, e guarda-o na carteira e coloca-o no álbum das coisas respeitáveis, junto da certidão de matrimónio e da folha selada do arrendamento»<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> Public Record Office/ Foreign Office 371 C 31151.

<sup>11</sup> Public Record Office/ Foreign Office 371 C 31151.

<sup>12</sup> Hugo Rocha, *Jornalistas*, Ed. Liga Portuguesa de Profilaxia Social, Porto, 1946, p. 12.

É neste contexto, que o recém criado SPN, que entre as suas numerosas competências contava «regular as relações da imprensa com os poderes do Estado» e «combater por todos os meios ao seu alcance a penetração no nosso País de quaisquer ideias perturbadoras e dissolventes da unidade e interesse nacional»<sup>13</sup>, revela, através da elaboração destes documentos, em que consistiria a sua acção complementar da obra restritiva da censura na imprensa de província.

Da classificação política a que o SPN submete os jornais, transparece o interesse do regime em conhecer, primeiro que tudo, qual a imprensa não inimiga, aquela que é abertamente, parcialmente ou potencialmente aliada. Daí a preocupação na subdivisão – complexificação, conhecimento acrescido – em situacionista, simpatizante e neutra. É o próprio SPN que define, como objectivo do Documento A, chegar a «resultados mais eficazes» elaborando «um plano para o melhor aproveitamento da imprensa situacionista no sentido duma propaganda organizada do princípios políticos e sociais do Estado Novo e regime corporativo e dos factos que ilustram a obra dos governos da Situação».

Um trabalho de investigação de maior fôlego poderia ajudar a uma maior compreensão da matiz ideológica subjacente à análise qualitativa empreendida pelos funcionários do SPN.

Não é fácil definir a subtil linha ideológica que divide os jornais simpatizantes dos jornais situacionistas. A percepção da diferença não parece residir no conteúdo mas na forma, argumentativa e persuasiva, encontrada para comunicar o essencial, isto é, no valor propagandístico do discurso impresso, na capacidade de entusiasmar, atrair votos de fé no então actual movimento de mudança política. Aparentemente, os jornais simpatizantes são aqueles, que embora divulguem a obra do novo regime, não justificam «os princípios políticos e sociais do Estado Novo limitando-se a relatar os factos»<sup>14</sup>. Pelo contrário, a imprensa situacionista é aquela que sustenta «francamente a propaganda dos princípios do Estado Novo»<sup>15</sup>, «defensora da situação»<sup>16</sup> capaz de fazer «com método e entusiasmo a propaganda das ideias nacionalistas e corporativas»<sup>17</sup>. A insistência do relator na existência de «boa vontade», mas também da falta de vigor intelectual, por parte dos colaboradores da imprensa situacionista, permite-nos suspeitar da dificuldade em classificar alguns órgãos de imprensa na categoria de simpatizantes ou situacionistas.

Não menos misterioso permanece para nós o enquadramento classificativo da imprensa neutra. Se por um lado nela parecem caber todos os jornais de conteúdos acentuadamente despolitizados, por exemplo de cariz regionalista<sup>18</sup>, que o relator refere como «sem valor algum» ou «sem valor político», ou ainda, alguns órgãos católicos (veja-se a este respeito a proposta do relator do Documento A de criação de uma nova publicação abertamente situacionista, no distrito de Castelo Branco, por ser «difícil influenciar politicamente os jornais católicos»), por outro lado, sabemos que no balanço da evolução da imprensa durante o ano de 1934, realizado no documento B, é nesta modalidade classificativa que ocorre o maior movimento de transferências (ver Quadro III). A nosso ver, é provável poder atribuir-se a esta categoria um sentido político favorável ao regime, prova disso são, à partida, as 26 transferências de títulos de jornais neutros, para a classificação de simpatizantes ou situacionistas, em Dezembro de 1934.

<sup>13</sup> Decreto-Lei nº 23: 054 de 25 de Setembro de 1933 que cria o Secretariado de Propaganda Nacional.

<sup>14</sup> Refere-se jornal «simpatizante» do distrito de Évora, Documento A.

<sup>15</sup> *Idem*.

<sup>16</sup> *Ibidem*, Distrito de Braga.

<sup>17</sup> *Ibidem*, Distrito de Faro, referenciado no Documento A como Algarve.

<sup>18</sup> Jornais publicados no distrito de Viana do Castelo: *O Courense* (Paredes de Coura) e o *Terra Minhota* (Monsão).

A dificuldade em especificar a classificação de neutralidade política não nos impede de realçar a constatação de que a ausência de posicionamento político era já por si um posicionamento político.

Não estaremos certamente a forçar a realidade se colocarmos num mesmo bloco pró-regime, todos os jornais referenciados nas categorias atrás descritas: situacionistas, simpatizantes e neutros.

O esforço de afinar meios que permitam um maior conhecimento deste bloco, por parte do relator, contrasta vivamente com a grosseira classificação da imprensa inimiga numa única categoria, anti-situacionista. Esse «outro» campo político é aqui referido como perigoso («jornais extremamente perigosos», Beja) habilidoso (servem-se de «habilidades para atacar a situação», Braga), uma má influência política («a acção nefasta», Coimbra), etc. Mas apenas num concelho se aflora a capacidade de agitar a discussão no espaço público, em Alcobaça: «é preciso (...) impedir que o jornal anti-situacionista continue a servir-se de processos de ataque que rebaixam os leitores e são factores de desassossego público pelas paixões que suscitam».

No entanto, a perspectiva de observação, convém salientá-lo, parte do ponto de vista do regime. O confronto era já desigual. O Estado Novo possuía uma preciosa vantagem: um recém-reestruturado serviço de censura. Isto é, um instrumento de controlo, condicionante, invisível e multifacetado, de toda a actividade jornalística. Não se inscreve assim o oposicionismo aqui mencionado num contexto de uma imprensa livre. Os jornais oposicionistas penavam já por entre restrições e pressões que em breve acabariam por os descaracterizar e demolir.

Convém no entanto chamar a atenção para a vastidão de projectos jornalísticos que podem ter «caído» na categoria de jornais anti-situacionistas. A contextualização do ambiente de luta política e ideológica vivida em Portugal, pode ajudar-nos a compreender a rudeza deste critério. Detenhamo-nos nas palavras do relator do Documento A, a propósito do jornal *Ala Esquerda*, de Beja, que define como defensor de «ideias absurdas e antinaturais», ou ainda nas referências ao jornal *Correio de Mirandela* que descreve: «anti-situacionista, mal colaborado, com as deficiências e baixezas de todos os jornais dirigidos e colaborados por pessoas incultas na razão directa das paixões e ódios em que vivem enrolados». Muito possivelmente estamos perante um relator vivendo um período de convicto dogmatismo, levado a esbater as diferenças do campo adversário, capaz de colocar lado a lado um órgão socialista, um democrático liberal, um democrático conservador e outro que insira aqui e ali residuais referências aos valores democráticos, mesmo que de forma mitigada, mesmo com motivações de diversa índole. Pois nada nos garante que todos os órgãos aqui caracterizados como anti-situacionistas fizessem oposição ao Estado Novo. A 26 de Fevereiro de 1933 dizia o jornal *Notícias de Melgaço*, também referenciado como anti-situacionista: «em número mínimo são aqueles que sabem quanto um jornal representa de esforço e de sacrifício e, muito especialmente para os jornais com uma tiragem pequena como o é o Notícias e num meio como este em que é difícil coordenar-se (sic) a contento de todos os leitores». Refira-se a propósito que, quer o *Correio de Mirandela*, quer o *Notícias de Melgaço*, aqui mencionados como anti-situacionistas, acabariam por ser, em Dezembro de 1934, no Documento B, tranferidos para a categoria de situacionistas e, em ambos os casos, sem mudar de director<sup>19</sup>.

<sup>19</sup> O *Correio de Mirandela* tinha como Director e Proprietário J.Neves, o *Terra Minhota* tinha como Editor e Director Cesário Rebelo Vieira.

Se nos detivermos nas recomendações do Documento A, para melhorar o panorama político da imprensa de província, apercebemo-nos desde logo que o grosso destas recai sobre a imprensa situacionista e simpatizante (ver Quadro I). Dotar de maior «entusiasmo» e «inteligência» o conteúdo destes jornais parece ser uma das preocupações do SPN. Mas acrescenta-se outra: cuidar da propaganda do Estado Novo junto dos meios operários da província. Vejam-se as referências às localidades de Guimarães («valorizar a acção de propaganda no jornal situacionista(...) deve dar-se ao jornal da situação uma feição social pois o meio é muito fabril»); Covilhã («como é difícil influenciar politicamente os jornais católicos convinha pensar na publicação dum jornal da Situação com feição social defendendo o espírito e as realizações do Estado Novo junto das massas trabalhadoras da Covilhã.»); Guarda («basta ajudar para uma mais eficaz propaganda dos conceitos económicos e sociais do Estado Novo das vantagens morais e materiais das Casas do Povo e Sindicatos, o jornal da Situação»); Gouveia («havia interesse em conseguir para a defesa franca da Situação um dos jornais de Gouveia dada a importância do meio») e Setúbal («como meio industrial importante é preciso pensar a sério na criação ou utilização de qualquer jornal para a propaganda dos princípios sociais do Estado Novo»).

Em contrapartida, é bem menor o rol de propostas de intervenção nos órgãos oposicionistas (ver Quadro I).

Poderíamos daqui concluir, ser esta a vocação interventiva natural, num organismo responsável pela propaganda. Contudo parece-nos tratar-se de mais do que uma mera especificidade funcional.

Na verdade, como veremos, as mudanças operadas na imprensa de província, durante o ano de 1934, apontam para uma política de informação apostada em reforçar a sua posição de duas formas: tentando alargar a sua influência na imprensa não oposicionista; isolando e censurando a imprensa oposicionista.

A estratégia que parece prevalecer e avançar é de cerco ideológico. Ao SPN e à DSC coube ao que parece materializá-lo. Aliás, só em situações muito pontuais, excepcionais, é que o relator do documento A insiste na aplicação da medida mais dura, a suspensão. Mas a regra, tudo indica, foi outra. Vejam-se os pedidos do SPN de um maior rigor na actuação da censura em Aveiro, Fafe, Covilhã, Alcobaça, Penafiel, Arcos de Valdevez e Valença, a que se contrapõe uma só recomendação para que se suprimam dois jornais de Beja (*Porvir* e *Ala Esquerda*).

A ofensiva no campo da informação do regime autoritário português, fora das grandes cidades, parece ter sido pautada por ponderação e cautela. Não é tendencialmente abrupta, e muito menos decretada por nenhum exercício de força imediato, de um distante poder central.

Pelo menos dois factores sobressaiem a sustentar esta política de informação do regime. Em primeiro lugar, tudo parece indicar, que o Estado Novo não dispunha de nenhuma situação aflitiva que o incitasse, neste campo, a intervenções radicais de qualquer espécie. Já em Dezembro de 1933 a imprensa de província apresentava uma feição política favorável ao regime. Se seguirmos o raciocínio, atrás descrito, e incluirmos os títulos enquadrados na classificação de neutros entre os jornais que favorecem a situação, passamos a contar como 169 títulos<sup>20</sup> de imprensa favorável ao Estado Novo, a que se contrapõem 81 títulos anti-situacionistas, podemos assim relativizar os números apresentados pelo SPN no Documento B, que contabilizavam apenas 101 títulos favorá-

<sup>20</sup> A quantificação dos títulos aqui adoptada teve por base a lista de títulos inserida no Documento B, que aponta para um universo de 250 títulos e não 251 como os contabilizados no quadro síntese apresentado no mesmo Documento. O erro recai no Distrito de Viseu onde o funcionário contabilizou 4 títulos em 1933 na categoria de situacionista, em vez de 3 títulos.

veis, contra 81 desfavoráveis, e 69 títulos, descaracterizados, sob a designação de neutros. Este ponto de partida confortável está longe de significar que o regime dominasse toda a imprensa na província. Este, aliás, sabia-o. Disso lhe dera conta o primeiro relatório de Dezembro de 1933. Este não se limitava à inventariação de títulos e à sua catalogação política, ia bem mais longe. O relator propunha-se fazer «um balanço entre a imprensa situacionista ou simpatizante e a imprensa anti-situacionista, vendo qual predominava». Os concelhos são aí passados a pente fino. Apontando-se quem «predomina» ou onde se «equilibram». Tudo leva a crer que o momento era ainda «contar»<sup>21</sup> armas, num regime recém-institucionalizado que pragmaticamente procurava observar a realidade para nela poder intervir.

Dessa análise ressalta uma imprensa política diversificada com um grau de implantação e influência variável de concelho para concelho. Não nos esqueçamos, a propósito, que alguma imprensa oposicionista «queimava» agora os seus últimos cartuchos. O que nos remete necessariamente para o segundo aspecto que alicerça esta política de informação: ela direcciona-se para uma imprensa tendencialmente dispersa e de influência circunscrita. A eficácia da estratégia do regime parece depender, em grande medida, do seu terreno de actuação tender a ser parcelado e disjunto.

O regime tinha então a possibilidade de optar por uma actuação insinuante, assediante, que opera múltiplos reacertos locais, com raras intervenções severas ou inesperadas. Os pequenos «quistos» oposicionistas eram só excepcionalmente retirados cirurgicamente pelos «bisturis» locais orientados pelas duas mãos invisíveis, da Censura e do Secretariado de Propaganda Nacional. Tais interferências, embora susceptíveis de provocar pontualmente alguma corrente de revolta, estariam irremediavelmente salvaguardadas pelo seu restrito alcance. A vaga de mal-estar, a haver, seria localizada, a censura não lhe permitiria ter voz. Mas, uma vez mais, nada sabemos sobre estas (pequenas ou grandes?) convulsões pontuais.

Os Quadros II e III permitem-nos avaliar genericamente em que consistiram, no espaço de um ano, as alterações que permitiram reconfigurar a imprensa de província. Estas processaram-se, desde logo, de três formas distintas: criação e suspensão de órgãos escritos, e ainda, transferências de categoria de títulos já existentes. Definir com rigor o papel desempenhado pelo SPN será certamente tema para outro estudo.

Não obstante, o Documento B explica-nos qual foi a «Acção do SPN na imprensa de província durante o ano de 1934» referindo: «1º foi feito um estudo destalhado de todos os jornais(...); 2º foi estudado um plano de valorização da Imprensa de província aproveitando, orientando e fortalecendo a acção de propaganda dos jornais que se publicavam e apresentavam tendências situacionistas; 3º foram estabelecidas relações com os jornais escolhidos segundo a importância das terras em que eram publicados e a sua expansão; 4º foi elaborado um plano de artigos a fornecer(...)». Como não possuímos a lista de jornais sobre os quais incidiu a actividade do SPN ficamos sem saber, ao certo, o que ocorreu.

Seja como for, não custa a crer que o SPN tenha influído no delinear de actuações concretas em vários distritos do país. Desde logo, é bem provável que tenha impulsionado a criação de vários jornais situacionistas nos distritos onde esta imprensa rareava (Beja, Setúbal, Évora, Faro e Portalegre)<sup>22</sup>. Mas nada sabemos sobre o processo de constituição, funcionamento e dependência destes face ao SPN. O caso de Bragança obriga-nos porém a ter cautela, uma nota no Documento

<sup>21</sup> A expressão é nossa.

<sup>22</sup> Ver Quadro II.

A refere: «em Janeiro [1934] apareceu em Castelo Branco, o primeiro número dum jornal situa-  
cionista *A Vanguarda* impresso em Lisboa e dirigido por Augusto Duarte Beirão». Assim sendo, e no  
que se refere ao cerco ideológico que atrás apontámos, somos obrigados a considerar que este  
poderá ter resultado de uma confluência de esforços do SPN e outros elementos do regime. Por  
iniciativa própria? Enquadrados por outras instituições?

De qualquer forma, não é difícil constatar que o grosso de jornais criados recai sobre o bloco  
por nós considerado favorável ao regime, que soma 22 títulos, a que se contrapõem apenas 4 títulos  
colocados na categoria de anti-situacionistas (ver Quadro II)<sup>23</sup>.

Os 26 novos títulos que surgem neste ano quase preenchem o vazio deixado pelos 29 títulos  
suspensos. Porém, nesta categoria o número de suspensões distribui-se de forma distinta, recai  
sobre 14 títulos do bloco favorável ao regime e 15 de títulos pertencentes à categoria de anti-  
situacionistas. O balanço de suspensões e criação de novos títulos, por categoria, aponta para um  
ganho de 8 novos títulos no bloco favorável ao regime e uma perda de 11 títulos para o campo anti-  
situacionista.

Convém notar que pouco sabemos sobre como se processaram estes encerramentos de títulos.  
Mas sabemos estar a utilizar o termo de suspenso para realidades muito distintas. Auto-suspensões  
nuns casos, suspensões impostas noutros, mas quais, por quem, por que vias? Em que medida  
alguns dos novos títulos não serão remodelações de «velhos» títulos?

Tudo indica que uma parte substancial das transformações operadas na imprensa de província  
se processou no entanto bem mais discretamente, por via de transferências de categoria dos títulos  
dos jornais: num prévio universo de 250 títulos, 54 mudam de categoria, segundo o funcionário do  
SPN.

Ao olharmos para o Quadro III facilmente compreendemos que foi desigual, mas notável, o  
número de títulos de jornais que transitaram de categoria, de Dezembro de 1933 a Dezembro de  
1934. Mas falamos de títulos de jornais, e, mais uma vez, nada sabemos sobre as implicações  
destas mudanças para além, eventualmente, do seu conteúdo. Alguns terão mudado de director, de  
colaboradores, outros possivelmente não. Vários terão sido pressionados, mas não sabemos nem  
como, nem por quem. Outros terão procedido a naturais reajustes, persuadidos pelas mais diversas  
razões, talvez até por mimetismo. Não sabemos.

Não obstante, é fácil verificar que as transferências seguiram um percurso altamente favorável  
ao Estado Novo, num total de 54 transferências, 49 orientaram-se nesse sentido. Destas, 26 foram  
jornais classificados como neutros que passam a simpatizantes (24) e situacionistas (2). Da  
categoria dos jornais anti-situacionistas também se transferem 16 títulos de jornais, em 1934, para  
o bloco de imprensa pro-regime: 2 passam a situacionistas, 7 a simpatizantes e 7 a neutros.

Se procurármos justapor as informações recolhidas no Documento B, sobre as transferências,  
jornais criados e suspensos, confirmamos a estratégia de cerco ideológico do regime, mas ficamos  
a saber muito pouco sobre os procedimentos desta actuação nos distritos que, como atrás  
referimos, apresentavam cenários mediáticos tão distintos.

<sup>23</sup> Neste quadro contabilizamos os títulos da lista contida no Documento B, aqui reproduzida no Quadro VI, através dela detectamos  
algumas incorrecções do Quadro Síntese apresentado no Documento B, que não reproduzimos. Nesse quadro elaborado pelo SPN  
não se encontrava referenciado para Viseu um novo título situacionista, nem para Portalegre se referia novo título com a mesma  
classificação e um outro suspenso anti-situacionista. Desta forma, seguindo a nossa contagem, os jornais suspensos somariam  
29 títulos e não 28 e os títulos novos 26 títulos em vez de 24.

A procura das várias matizes que retratem as gradações desta política de informação pode ajudar a apurar a atitude que prevalece nesta política de cerco. Tarefa difícil. Antes demais, porque a presente investigação não incidiu na contextualização dos variados particularismos regionais (geográficos, económicos, sociais, políticos, culturais, etc.) que certamente ajudariam à compreensão mais cabal desta imprensa de província. Procuraremos, embora de forma acanhada, sustentar este multifacetado processo de controlo de jornais.

A prudência, parece definir quase por inteiro a linha de actuação do Estado Novo no campo da imprensa de província. Porém, o regime parece compreender que esta não obriga a uma fórmula única de comportamento. Podemos, no estado actual da investigação, detectar duas atitudes distintas.

Um primeiro procedimento, pautado pela perseverança e cautela, actuou nos espaços tendencialmente menos isolados, mais populosos, com uma imprensa mais vigorosa, não só em número de títulos como em espectro político representado. Aqui as mudanças mais assinaláveis recaem no bloco favorável ao regime, e embora apresentem maior número de títulos anti-situacionistas, estes distritos conseguem manter algum vigor neste campo. O Quadro I, II, III é fundamental para acompanhar a descrição distrital que procuraremos fazer. Começamos pelo Porto, em Dezembro de 1933, foram aí recenseados 25 títulos de jornais. Destes, 10 títulos eram classificados como anti-situacionistas. Nove manter-se-iam na mesma classificação e um fugiria para a categoria de neutro, em Dezembro de 1934. As quase imperceptíveis transformações ocorridas na imprensa desta região não recaem, assim, no campo político inimigo. Estas eram contudo visíveis no bloco favorável ao regime que, em Dezembro de 1933, contava com 15 títulos, assim distribuídos: 6 situacionistas, 4 simpatizantes e 5 neutros. Um ano depois, eram 16, nesta categoria, mas apresentavam uma nova distribuição que apontava para o reforço propagandístico do projecto político do Estado Novo: 7 situacionistas (ganhara 1 vindo dos simpatizantes), 6 simpatizantes (ganhara 3 neutros) e três neutros (ganhara 1 anti-situacionista).

Passemos a Aveiro. Curiosamente este é o distrito que apresenta, em Dezembro de 1933, um maior número de títulos, 35. É também a região do país onde o bloco favorável ao regime se encontra numa posição mais precária, 19 títulos que se contrapõem a 16 oposicionistas. No bloco pró-situacionista apenas 4 títulos são clasificados como situacionistas, 9 como simpatizantes e 6 como neutros. Em Dezembro de 1934 este bloco reforça-se, passa a totalizar 23 títulos, a categoria de situacionistas somava agora, nada mais nada menos, que 10 títulos (devido à criação de 1 novo jornal, à transferência de 3 jornais simpatizantes e 1 anti-situacionista). A classe de simpatizantes mantinha os 9 títulos (ganhara 2 títulos aos neutros e 1 aos anti-situacionistas), os neutros somavam agora apenas 4 títulos.

Como sucede no Porto, é visível o esforço de consolidar a imprensa favorável ao regime, mas simultaneamente regista-se aqui uma singular movimentação nos 16 títulos no campo oposicionista: retenha-se o facto de o cerco propagandístico ter permitido que 2 jornais anti-situacionistas enfileirassem no bloco declaradamente afecto ao regime; registe-se ainda a suspensão de apenas 2 destes jornais e a criação de 1 novo órgão anti-situacionista.

Os distritos do Porto e de Aveiro ilustram de alguma forma a aposta numa actuação branda, em terreno político não completamente dominado, sustentada pelo concerto de intervenções discretas da DSC e do SPN. Aqui, em vez de mudanças radicais, opta-se pelo procedimento cauteloso.

O distrito de Viana do Castelo assemelha-se aos dois casos anteriores. Em Dezembro de 1933, contava com 14 títulos, metade estavam colocados na categoria de anti-situacionistas. Os restantes distribuíam-se da seguinte forma: 3 situacionistas, 2 simpatizantes, 2 neutros. Um ano volvido e o cerco apertava-se. Embora mantivesse os mesmos 3 órgãos situacionistas, aumentara para 6 o número de títulos de simpatizantes, 2 vindos da categoria de neutros e 2 da categoria de anti-situacionistas. Não se optara por qualquer suspensão, a categoria dos anti-situacionistas perdia 2 jornais para a categoria dos simpatizantes, podendo contar com 5 órgãos a funcionar.

No Distrito de Lisboa, excluía-se à partida as publicações diárias e literárias, o que permite considerar que o espaço de implantação desta imprensa estava aqui mais saturado do que em qualquer outro distrito. No que nos interessa, o Estado Novo gozava já, em Dezembro de 1933, de uma situação favorável: em 12 jornais apenas 3 enfileiravam no anti-situacionismo. O regime contava com 4 órgãos situacionistas, 1 simpatizante e 4 neutros. No ano seguinte, o regime fazia progredir a sua influência: dobra os títulos da classe situacionista (com 3 novos órgãos e 1 ganho à classificação de simpatizantes) surgem 2 novos jornais simpatizantes, e os neutros decrescem para os 2 títulos (2 outros são suspensos). Em contrapartida, Lisboa é uma excepção no que respeita ao campo da imprensa anti-situacionista, não só não perde nenhum título como ganha 1.

Três ligeiras nuances podem ser integradas neste grupo de distritos que encerra um procedimento mais discreto e prudente. Coimbra, que assiste a um esvaziar mais acentuado do seu bloco anti-situacionista, embora com recurso, saliente-se, a apenas duas suspensões. Braga por, em contrapartida, apresentar o quadro mais estável de todos os distritos. Viseu, por não apresentar à partida uma situação desfavorável ao regime e nem por isso deixar de gozar da cautela deste.

Era vigorosa a imprensa do distrito de Coimbra. Contabilizava 23 títulos, 13 enfileiravam no bloco favorável ao regime: 5 situacionistas, 5 simpatizantes e 3 neutros. Não gozava o regime aqui de uma situação confortável. Um ano de actuação dos seus organismos de controlo da imprensa permitiram modificar esta situação. Dos 24 títulos totalizados então, 19 eram já favoráveis ao regime. Embora na categoria de situacionistas se mantivessem os mesmos 5, engrossara o número de jornais simpatizantes e neutros, o primeiro contabilizava agora 8 títulos (2 novos), o segundo 6 títulos (1 novo). Mas as maiores mexidas operaram-se no campo anti-situacionista, de 10 títulos passam a contar com 5, porém apenas 2 tinham sido suspensos, 2 outros tinham fugido para a categoria de neutros e 1 tornara-se simpatizante.

Singular é ainda o caso de Braga por registar o lugar mais baixo na escala de modificações ocorridas, neste ano de 1934, na imprensa local portuguesa. Em Dezembro de 1933, apresentava uma vigorosa imprensa regional, contabilizava 19 títulos, apenas 5 eram classificados como anti-situacionistas, os restantes distribuíam-se da seguinte forma: 2 situacionistas, 6 simpatizantes, 6 neutros. Um ano mais tarde permanecia tudo na mesma, excepto a transferência de um jornal neutro para a categoria de situacionista.

O Distrito de Viseu, por seu lado, em Dezembro de 1933 dispunha de 14 órgãos locais. A imprensa desafecta ao regime estava em desvantagem em número de títulos, possuía apenas 5 jornais. Contudo, como salienta o relator do Documento A, possuía o mais influente jornal da capital do distrito. Por seu lado, os situacionistas possuíam apenas 3 títulos, podendo contar ainda com 4 simpatizantes e 2 neutros. Neste distrito, as mudanças ocorridas são quase imperceptíveis. A cautela impera mais uma vez. A categoria anti-situacionista perde um título, porém o jornal *Distrito de Viseu* mantém a sua publicação regular. O bloco favorável ao regime permanece com 9 títulos, embora ocorram ligeiras modificações: os neutros passam de 2 para 1 título, os

simpatizantes de 4 para 5 títulos (com o ingresso de um neutro), os situacionistas vêem suspender um órgão que é substituído por outro.

Em contrapartida a esta branda intervenção, podemos detectar uma atitude política face à imprensa de província substancialmente diferente. O Estado Novo parece entender que o cerco ideológico poderia ser ganho com maior rapidez, eficácia, onde o regime gozasse já de uma situação prévia francamente favorável e a imprensa regional vivesse em maior isolamento, apertada num pequeno número de títulos, dispersos por alguns concelhos. Aí, o cerco à imprensa oposicionista pode significar medidas mais duras, pontuais. O que, atenção, em ambiente mediático de escassez de títulos pode ganhar relevo. O bloco favorável ao regime tende a assaltar (recebendo títulos até aqui classificados como anti-situacionistas), a isolar ou mesmo a decapitar a imprensa inimiga.

Absolutamente «livres» da imprensa oposicionista encontrar-se-iam, no final de 1934, os distritos de Leiria e Santarém.

Em Leiria, em Dezembro de 1933, contavam-se apenas 10 jornais locais, 8 enfileiravam no bloco favorável ao Estado Novo (2 situacionistas, 3 simpatizantes, 3 neutros). No ano seguinte, tinham sido suspensos os dois jornais da oposição, e o regime podia contar com a totalidade da imprensa local. Embora mantivesse 2 órgãos situacionistas, melhorara a sua situação na categoria dos simpatizantes, que somavam agora 5 títulos (ganhando 2 títulos aos neutros), apenas 1 jornal permanecia neutro.

Santarém assemelhava-se a este quadro. Em Dezembro de 1933, somava 12 títulos, apenas 1 oposicionista. O bloco favorável ao regime distribuía-se, nesse ano, da seguinte forma: 1 situacionista, 5 simpatizantes e 5 neutros. No final de 1934 já nenhum órgão de imprensa escrita fazia oposição ao regime. Também já só restava um neutro, a categoria dos simpatizantes contabilizava 8 títulos, 2 deles ganhos aos neutros e outro à imprensa anti-situacionista.

Já nos distritos de Castelo Branco, Faro, Vila Real e Guarda, a imprensa classificada como anti-situacionista é encurralada mas persiste em condições de grande adversidade.

No distrito de Castelo Branco, em Dezembro de 1933, o Estado Novo contava a seu favor com 8 títulos favoráveis: 3 situacionistas, 2 simpatizantes, 3 neutros. A oposição assegurava apenas 1 título. Um ano depois, o regime consolidava a sua já satisfatória posição: 5 títulos situacionistas (criara 2 novos órgãos); 1 simpatizante (1 título tinha sido suspenso), 1 neutro (2 títulos tinham sido suspensos). Na classificação dos jornais anti-situacionistas mantinha-se porém o mesmo título.

O distrito de Faro apresentava também, em Dezembro de 1933, uma feição favorável ao regime, dos 10 órgãos que possuía, apenas 2 eram anti-situacionistas. Contudo, este distrito não possuía nenhum órgão declaradamente situacionista, e apenas 3 eram simpatizantes, o grosso dos seus jornais eram neutros, 5. Um ano volvido e o regime dominava por completo: 2 jornais situacionistas (1 novo e outro vindo da categoria dos simpatizantes), 3 simpatizantes (ganhara um neutro) e 4 neutros (1 publicação suspensa, ganhara 1 à categoria de anti-situacionistas). Na categoria anti-situacionista restava 1 órgão rodeado por 9 favoráveis ao regime.

No distrito de Vila Real o cerco ideológico do regime também se faz sem grandes problemas. Em Dezembro de 1933, o distrito possuía 8 títulos, 2 oposicionistas e 6 enfileirados no bloco favorável ao regime (2 situacionistas, 2 simpatizantes, 2 neutros). Em Dezembro do ano seguinte este boloco veria engrossar os jornais simpatizantes que passaram a 5 (ganhara 1 aos anti-situacionistas, outro aos neutros, e vira surgir um novo título). Apenas 1 jornal se mantinha, ao que parece, no campo político contrário ao Estado Novo, rodeado por 8 jornais favoráveis ao regime.

No distrito interior da Guarda a situação é semelhante. Em Dezembro de 1933 contava a região com 11 jornais, 7 eram já favoráveis ao regime (2 situacionistas, 3 simpatizantes, 2 neutros). Este bloco permanece quase inalterado, em Dezembro de 1934. Apenas a categoria dos neutros ganha um título da categoria anti-situacionista. Será o campo inimigo aliás aquele que sofre mais transformações. De 4 passa para 1 título (2 dos seus órgãos são suspensos e um outro neutraliza-se) rodeado por 8 favoráveis ao regime.

Setúbal apresenta também, em Dezembro de 1933, uma situação favorável ao regime. Dos 15 jornais que se publicam, nesse ano, apenas 4 enfileiram na classe anti-situacionista, os restantes distribuem-se da seguinte forma no campo favorável ao regime: 2 órgãos situacionistas, 6 simpatizantes e 3 neutros. Consolida-se aqui, mais uma vez, o bloco pró-regime, os jornais classificados como situacionistas passam a 5 (embora 1 dos jornais anteriormente classificados como situacionista passe à categoria de simpatizante), os simpatizantes mantêm os 5 títulos (apesar de 1 título ter sido suspenso, 1 outro passar a neutro, acolhe agora 1 jornal antes classificado de anti-situacionista). Na classe dos neutros também ocorrem modificações, 2 títulos são suspensos, mas surgem 2 outros nesta classe, 1 que vem da categoria dos simpatizantes, outro da anti-situacionista. E é aqui, de facto, que as coisas se alteram completamente, de 4 passam a 1 título, novo por sinal (2 transferiram-se, como vimos, e outros 2 foram suspensos).

Duas nuances podem também ser encontradas neste procedimento mais vivaz do regime, ocorrem nos distritos de Évora e Portalegre, onde a situação em 1933 está para o regime enfraquecida, na mão de uma maioria de jornais neutros e, um ano depois, se encontra quase dominada pela propaganda do Estado Novo, num cerco apertado.

Em Évora, em Dezembro de 1933, o regime não tem uma situação confortável, não conta com nenhum título na categoria situacionista, muito embora a região administrativa possua apenas um título catalogado como anti-situacionista, os neutros dominam com 7 títulos, seguidos dos simpatizantes com 3. Um ano volvido, e o regime já criara 2 títulos novos, os simpatizantes viam ascender o seu número a 8 títulos (4 ganhos à categoria dos neutros e um novo), os neutros já só possuíam 2 títulos e a imprensa anti-situacionista apresentava a singularidade de ver surgir novo título.

Portalegre assemelha-se a este último distrito, muito embora o seu movimento de transferências seja dos mais complexos. Em Dezembro de 1933, não possui também nenhum órgão que possa ser colocado na categoria de jornal situacionista. No entanto, conta com 2 jornais simpatizantes e 8 neutros (10 títulos favoráveis ao regime). A imprensa oposicionista soma apenas dois títulos. Em Dezembro de 1934, o Estado Novo assegurava já aqui sem problemas uma posição dominante, tem agora 3 títulos classificados como situacionistas, criara 1 novo órgão, ganhara 1 da categoria dos neutros. Nos jornais simpatizantes o movimento de títulos parece entrar em rodópio. Por um lado, os dois títulos que, no ano anterior, enfileiravam nesta categoria já não estão aqui representados, um passara a situacionista, o outro a anti-situacionista (caso interessante certamente para quem queira estudar a complexidade dos reduto de resistência nesta época). Contudo, esta categoria gozava agora de 3 títulos, todos eles oriundos da classificação de neutros. Os neutros reduziam o seu número de títulos para 4, mas curiosamente um dos órgãos que antes aqui enfileirava, era agora classificado de anti-situacionista. Mas estava só, porque os dois órgãos anti-situacionistas existentes anteriormente tinham sido suspensos.

Mais excêntricos, ainda, encontramos os distritos de Bragança e Beja.

Os dois primeiros, encontram-se entre os distritos menos populosos, rurais e isolados do país e apresentam um cenário desfavorável ao regime. O modo de actuação do Estado Novo face a estes

é bem distinto. Se muda radicalmente o panorama mediático de Bragança, transforma parcialmente o cenário em Beja.

O distrito de Bragança é um caso singular que poderá, eventualmente num futuro estudo, ajudar a especificar, talvez melhor que qualquer outro dos casos aqui descritos, as relações que o isolamento, a ruralidade o analfabetismo e, muito possivelmente, a cultura política estabelecem com a actuação do regime. Nesta região encontramos implantados apenas dois jornais, em Dezembro de 1933, um neutro e outro anti-situacionista. Um ano volvido e o regime já conseguira inverter, aliás de forma irrepetível, a situação desfavorável que aqui gozava. O jornal neutro passará a simpatizante, o anti-situacionista a situacionista, tendo mesmo sido criado 1 novo jornal situacionista.

Beja contava, em Dezembro de 1933, com 8 jornais, porém 5 eram classificados na categoria de anti-situacionistas, não possuía nenhum órgão situacionista, só 1 simpatizante, e 2 neutros. Um ano mais tarde a actuação do SPN e da DSC permitia ver alterada esta situação, sem o radicalismo de Bragança nem a cautela de Aveiro, parecendo buscar-se o compromisso mínimo possível, que estas «terras, por tradição interventivas politicamente, exigiam». Em Dezembro de 1934 possuía um novo órgão situacionista, 2 simpatizantes (1 ganho aos neutros), 2 neutros (1 ganho à oposição). A imprensa anti-situacionista assistira ao encerramento de 3 dos seus órgãos, mas criara um novo.

Era com enorme animação que o redactor chefe do Documento B, Silva Dias, descrevia o resultado da acuação do SPN no ano de 1934: «a modificação principal da imprensa de província, aquela que nós tentámos com maior entusiasmo, diz respeito à valorização, da imprensa situacionista, à sua qualidade, aos objectivos superiores que a norteiam e à forma elevada como nela têm sido tratados os diferentes assuntos (...). Conseguimos, em 11 meses de trabalho, modificar inteiramente o tom da imprensa de província (...). O que já se obteve é incentivo para prosseguirmos na nossa tarefa com o fim de alcançarmos o óptimo possível». Essa mudança afirmava não podia «atribuí-la unicamente à acção do SPN porque em grande parte depende da influência exercida pela magnífica política do governo de Salazar». Esquecia-se porém de agradecer, quer aos Serviços de Censura, quer ao contexto altamente favorável em que actuava.

O relator lastima não poder aprofundar qualitativamente os dados recolhidos («só pudemos conseguir (sic) neste relatório tornar evidente a modificação que a imprensa de província sofreu sob o ponto de vista quantitativo»). Se nos detivermos nos balanços que o relator do Documento A realiza, em vários concelhos do país, apercebemo-nos da importância que assume esta lacuna documental. Veja-se a propósito o que este Documento nos diz sobre a imprensa de Gouveia, no distrito da Guarda («a imprensa situacionista prevalece duma maneira fraca»), de Melgaço e Ponte da Barca, no Distrito de Viana do Castelo (a imprensa anti-situacionista domina, sem importância), ou sobre Viseu («Na cidade de Viseu prevalece a imprensa anti-situacionista com o jornal de Marques Loureiro»). Na verdade, para além da mera contabilidade de títulos favoráveis ao Estado Novo seria verdadeiramente importante compreender as implicações que as transformações operadas tiveram no espaço ocupado pela imprensa de «província». E saliente-se, por exemplo, o impacto junto dos leitores dos títulos sujeitos a mudanças de orientação política. Como é que os públicos portugueses reagiram a este cerco ideológico que foi limitando a capacidade da imprensa servir a discussão política?

Apesar destas e outras interrogações ficarem forçosamente, por ora, sem resposta, pensamos estar em condições de poder lançar a hipótese de que a instauração de uma nova política de informação pelo Estado Novo, junto da imprensa de província foi de início um processo prudente e

gradual, tendencialmente planificado, que lidou com diferenças regionais assinaláveis e pôde contar a seu favor com jornais de influência local circunscrita.

*Quadro I*

**Caracterização Imprensa de Província por distritos com base Documento A e B**

Aveiro						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	4	9	6	19	16	35
Nº jornais em Dez. 1934	10	9	4	23	13	36
Novos	2	0	0	2	1	3
Transferidos	0	3	2	5	2	7
Suspensos	0	0	0	0	2	2
Apreciações						
<b>Doc. A</b>	«faz falta um jornal declaradamente situacionista» na cidade; Espinho e Murtosa: «predomina em absoluto a imprensa da situação» Anadia e Oliveira do Bairro: «predomina intensamente a imprensa anti-situacionista com jornais perigosos» Feira e Ílhavo: «predomina a imprensa anti-situacionista» Albergaria, Águeda e Oliveira de Azeméis: «Dois campos equilibram-se»					
Recomendações						
<b>Doc. A</b>	Quanto à cidade deve: «aproveitar-se para a propaganda das ideias e factos da Situação o jornal «Democrata» que já apresenta fortes tendências situacionistas e tem uma tiragem de 1150 exemplares» ; em Vila Nova da Feira apesar de predominar a imprensa anti-situacionista «podemos pô-la em cheque fortificando intelectualmente o jornal «Tradição»; Ílhavo é necessário: «tentar aproveitar o jornal Ilhavenense», Albergaria-a-Velha «fortalecer posição no Jornal de Albergaria»; Arouca e Oliveira de Azeméis «aproveitar valorizando-a, a boa vontade dos jornais situacionistas «Defesa de Arouca» e «Opinião». «talvez se consiga levar um dos importantes jornais de Faro o “Algarve” ou o “Correio do Sul” a fazer propaganda metódica e inteligente que é preciso fazer»					– Distrito de Aveiro: Anadia, «Ideia Livre» é comunista; a Censura «deve intervir para fiscalizar com cuidado o jornal comunista Beira Mar»
Beja						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	0	1	2	3	5	8
Nº jornais em Dez. 1934	1	2	2	5	3	8
Novos	1	0	0	1	1	2
Transferidos	0	0	1	1	1	2
Suspensos	0	0	0	0	2	2
Apreciações						
<b>Doc. A</b>	«Não há em todo o distrito de Beja um jornal fazendo a propaganda dos princípios e das obras do Estado Novo» «Para fazer frente a tanto jornal anti-situacionista(...)»					
Recomendações						
<b>Doc. A</b>						«no distrito existem dois jornais extremamente perigosos que convém vigiar ou suprimir “O Porvir” e “Ala Esquerda” (...) defendem ideias absurdas e anti-naturais»

Braga						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	2	6	6	14	5	19
Nº jornais em Dez. 1934	3	6	5	14	5	19
Novos	0	0	0	0	0	0
Transferidos	0	0	1	1	0	0
Suspensos	0	0	0	0	0	0
Apreciações						
<b>Doc. A</b>	«na cidade não há imprensa alguma» Mirandela: «Há um jornal Correio de Mirandela com formato pequeno, mal colaborado, anti-situacionista com as deficiências e Baixeiras de todos os jornais dirigidos e colaborados por pessoas incultas na razão directa das paixões e ódios em que vivem enrolados. Há um outro jornal independente, sem importância “notícias de Mirandela”. O Anuário Comercial refere-se a um jornal o Imparcial que não conhecemos»					
Recomendações						
<b>Doc. A</b>	«este distrito deve merecer da propaganda um cuidado especial»; Barcelos a imprensa situacionista: «basta orientá-la» Guimarães, «o Comércio de Guimarães poder-se-ia talvez aproveitar para fazer propaganda dos princípios do Estado Novo na região. É um jornal já lançado e conhecido no meio»; Fafe «valorizar a acção de propaganda no jornal situacionista (...) deve dar-se ao jornal da situação uma feição social pois o meio é muito fabril»					Fafe «impedir que os jornais adversos se sirvam de habilidades para atacar a situação»

Bragança						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	0	0	1	1	1	2
Nº jornais em Dez. 1934	2	1	0	3	0	3
Novos	1	0	0	1	0	1
Transferidos	0	0	1	1	1	2
Suspensos	0	0	0	0	0	0
Apreciações						
<b>Doc. A</b>	«na cidade não há imprensa alguma» Morandela: «Há um jornal Correio de Mirandela com formato pequeno, mal colaborado, anti-situacionista com as deficiências e Baixeiras de todos os jornais dirigidos e colaborados por pessoas incultas na razão directa das paixões e ódios em que vivem enrolados. Há um outro jornal independente, sem importância “notícias de Mirandela”. O Anuário Comercial refere-se a um jornal o Imparcial que não conhecemos»					
Recomendações						
<b>Doc. A</b>	«este distrito deve merecer da propaganda um cuidado especial»; Barcelos a imprensa situacionista: «basta orientá-la» Guimarães, «o Comércio de Guimarães poder-se-ia talvez aproveitar para fazer propaganda dos princípios do Estado Novo na região. É um jornal já lançado e conhecido no meio»; Fafe «valorizar a acção de propaganda no jornal situacionista (...) deve dar-se ao jornal da situação uma feição social pois o meio é muito fabril»					Fafe «impedir que os jornais adversos se sirvam de habilidades para atacar a situação»

O CERCO IDEOLÓGICO DO ESTADO NOVO À IMPRENSA...

Castelo Branco						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	3	2	3	8	1	9
Nº jornais em Dez. 1934	5	1	1	7	1	8
Novos	2	0	0	2	0	2
Transferidos	0	0	0	0	0	0
Suspensos	0	1	2	3	0	3
Apreciações						
Doc. A	«Nada se pode dizer de Castelo Branco porque não se conhecem os jornais que lá se publicam» Covilhã: «ponto vista político domina imprensa anti-situacionista» «Sobre o ponto de vista de propaganda social prevalecem os jornais católicos»					
Recomendações						
Doc. A	«Como é difícil influenciar politicamente os jornais católicos convinha pensar na publicação dum jornal da Situação com feição social defendendo o espírito e as realizações do Estado Novo junto das massas trabalhadoras da Covilhã.»					Covilhã: «domina imprensa anti-situacionista com o Raio. A acção deste jornal deve ser cuidadosamente fiscalizada pela Comissão de Censura, a sua linguagem deve ser corrigida e desfeitas as habilidades de que se serve (...)».

Coimbra						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	5	5	3	13	10	23
Nº jornais em Dez. 1934	5	8	6	19	5	24
Novos	0	2	1	3	0	3
Transferidos	0	0	0	0	3	3
Suspensos	0	0	0	0	2	2
Apreciações						
Doc. A	«Na cidade predomina (acidentalmente?) a imprensa da Situação. Não há um jornal declaradamente anti-situacionista com valor» Figueira da Foz: «predomina imprensa anti-situacionista «com a Voz da Justiça» Arganil e Tábua: «imprensa da situação domina plenamente» Cantanhede e Lousã: «Há equilíbrio entre as duas imprensas» Soure, Penacova e Mira: «imprensa anti-situacionista domina inteiramente sem oposição alguma»					
Recomendações						
Doc. A	Figueira da Foz: «devemos valorizar bastante “O Figueirense”»; Arganil: «deve valorizar-se ainda mais o jornal «Comarca de Arganil» Cantanhede e Lousã: «numa e noutra terra deve fortalecer-se a situação dos jornais situacionistas Gazeta de Cantanhede e Povo da Lousã»					Figueira da Foz: «Voz da Justiça» para equilibrar a acção nefasta deste jornal devemos valorizar bastante «O Figueirense».

Évora						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	0	3	7	10	1	11
Nº jornais em Dez. 1934	2	8	2	12	2	14
Novos	2	1	0	3	0	3
Transferidos	0	0	5	5	0	5
Suspensos	0	0	0	0	0	0
Apreciações						
Doc. A	«É desolador o estado da imprensa na província no referente à propaganda da Situação. Em Évora, cidade importante, não existe imprensa da Situação absolutamente nenhuma. A maior parte dos jornais do concelho são neutrais. O único jornal no distrito de Évora que se pode considerar simpatizante com a Situação é a Folha do Sul de Montemor-o-Novo. E mesmo esse não defende os princípios políticos e sociais do Estado Novo limitando-se a relatar os factos»					

Faro						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	0	3	5	8	2	10
Nº jornais em Dez. 1934	2	3	4	9	1	10
Novos	1	0	0	1	0	1
Transferidos	0	1	1	2	1	3
Suspensos	0	0	1	1	0	0
Apreciações						
Doc. A	«animador o aspecto da imprensa da província do Algarve (...). Embora não exista um jornal fazendo com método e entusiasmo a propaganda das ideias nacionalistas e corporativas, os principais jornais não são desafectos à situação e pelo menos reconhecem a grande obra realizada» «não há na província imprensa anti-situacionista»					
Recomendações						
Doc. A	«talvez se consiga levar um dos importantes jornais de Faro o “Algarve” ou o “Correio do Sul” a fazer propaganda metódica e inteligente que é preciso fazer»					

Guarda						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	2	3	2	7	4	11
Nº jornais em Dez. 1934	2	3	3	8	1	9
Novos	0	0	0	0	0	0
Transferidos	0	0	0	0	1	1
Suspensos	0	0	0	0	2	2
Apreciações						
Doc. A	«na cidade da Guarda a imprensa situacionista prevalece esplendidamente» «A imprensa anti-situacionista domina inteiramente nos concelhos de Almeida, Pinhel e Trancoso. Pelo contrário a imprensa situacionista prevalece numa maneira fraca em Gouveia e numa maneira forte em Vila Nova de Foz Côa»					
Recomendações						
Doc. A	«Basta ajudar para uma mais eficaz propaganda dos conceitos económicos e sociais do Estado Novo das vantagens morais e materiais das Casas do Povo e Sindicatos, o jornal da Situação”, Gouveia, “havia interesse em conseguir para a defesa franca da Situação um dos jornais de Gouveia dada a importância do meio”; Alcobaça, “é preciso fortalecer a posição do jornal” Ecos de Alcobaça»					

O CERCO IDEOLÓGICO DO ESTADO NOVO À IMPRENSA...

Leiria						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	2	3	3	8	2	10
Nº jornais em Dez. 1934	2	5	1	8	0	8
Novos	0	0	0	0	0	0
Transferidos	0	0	2	2	0	2
Suspensos	0	0	0	0	2	2
Apreciações						
Doc. A	«aspecto do distrito é bom para a situação porque a sua imprensa domina a cidade de Leiria e a imprensa anti-situacionista dos diferentes concelhos de pouco vale»					
Recomendações						
Doc. A						Alcobaça «é preciso (...) impedir que o jornal anti-situacionista continue a servir-se de processos de ataque que rebaixam os leitores e são factores de desassossego público pelas paixões que suscitam»

Lisboa						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	4	1	4	9	3	12
Nº jornais em Dez. 1934	8	2	2	12	4	16
Novos	3	1	0	4	1	5
Transferidos	0	1	1	2	0	2
Suspensos	0	0	1	1	0	1
Apreciações						
Doc. A	«o aspecto da imprensa de província no distrito de Lisboa é satisfatório para a Situação. <i>A existência de poucos jornais claramente situacionistas ou anti-situacionistas numa região tão populosa, explica-se pela penetração que nela têm os jornais da capital</i> »					

Portalegre						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	0	2	8	10	2	12
Nº jornais em Dez. 1934	3	3	4	10	1	11
Novos	1	0	0	1	0	1
Transferidos	0	2	5	7	0	7
Suspensos	0	0	0	0	2	2
Apreciações						
Doc. A	«Faz falta em Portalegre um jornal da Situação que destrua o efeito deletério da Rabeca. Não seria possível utilizar para isso o Voz de Portalegre? Em Elvas segundo se anuncia vai ser publicado um jornal da Situação. Nos restantes 10 concelhos não há imprensa de qualquer natureza» (curioso Rabeca não ser afastada)					
Recomendações						
Doc. A	«faz falta em Portalegre um jornal da Situação que destrua o efeito deletério da Rabeca. Não seria possível utilizar para isso o Voz de Portalegre?. Em Elvas segundo se anuncia vai ser publicado um jornal da Situação»					

Porto						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	6	4	5	15	10	25
Nº jornais em Dez. 1934	7	6	3	16	9	25
Novos	1	0	0	1	0	1
Transferidos	0	1	3	4	1	5
Suspensos	1	0	0	1	0	1
Apreciações						
Doc. A	«No distrito do Porto, nos centros mais importantes, em Penafiel, Póvoa do Varzim e Vila do Conde predomina a imprensa anti-situacionista. Em Penafiel os jornais da situação de pouco valem e estão em condições de inferioridade perante os jornais adversários da Situação (...). O caso da falta de um jornal bom da situação em Vila do Conde e na Póvoa do Varzim faz-se sentir(...). A imprensa da Situação domina inteiramente em Marco de Canavezes, Santo Tirso, Paredes, Vila Nova de Gaia e Felgueiras. Em Gondomar não há imprensa propriamente da Situação»					
Recomendações						
Doc. A	Penafiel: «nesta cidade tem de intervir a Censura para que os jornais apresentem uma outra linguagem mais própria da sua função de orientadores da opinião pública»					

Santarém						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	1	5	5	11	1	12
Nº jornais em Dez. 1934	1	8	1	10	0	10
Novos	0	0	0	0	0	0
Transferidos	0	0	2	2	1	3
Suspensos	0	0	2	2	0	2
Apreciações						
Doc. A	«exceptuando Abrantes não há no distrito um jornal que faça francamente a propaganda dos princípios do Estado Novo. Essa falta faz-se sentir principalmente na cidade de Santarém. Também não há imprensa claramente anti-situacionista em todo o distrito. Será devido à proximidade de Lisboa e do facto de em Santarém receberam os jornais horas depois de aparecerem na capital que se nota no distrito, uma falta de imprensa propriamente política? Em Coruche, Ferreira do Zézere, Vila Nova de Ourém ainda existem uns jornais que se referem à obra da Ditadura e que nesse campo podem ser aproveitados»					
Recomendações						
Doc. A	«em Coruche, Ferreira do Zézere e Vila Nova de Ourém ainda existem uns jornais que se referem à obra da Ditadura e que nesse campo podem ser aproveitados. Talvez se consiga por notas de propaganda fornecidas que eles se refiram aos princípios e objectivos do Estado Novo»					

O CERCO IDEOLÓGICO DO ESTADO NOVO À IMPRENSA...

Setúbal						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	2	6	3	11	4	15
Nº jornais em Dez. 1934	1	5	3	9	1	10
Novos	0	0	0	0	0	0
Transferidos	0	0	0	0	0	0
Suspensos	0	0	0	0	0	0
Apreciações						
Doc. A	«Na cidade não existe imprensa de valor, francamente situacionista. Pelo contrário, dada a fingida neutralidade do Setubalense e a agressividade anti-situacionista do semanário Vitória predomina a imprensa anti-situacionista. (...) Em Alcácer do Sal e Seixal prevalece a imprensa situacionista. Em Sezimbra e Almada predomina a imprensa desafecta à situação e em Almada numa maneira escandalosa»					
Recomendações						
Doc. A	«Talvez se possa modificar em parte a atitude do diário da noite e reforçar fortemente a acção de propaganda do semanário Sado, fornecendo-lhe elementos necessários para tornar mais eficaz a sua função. Também se pode aproveitar para o mesmo fim a boa vontade do semanário Eco de Setúbal. Como meio industrial importante é preciso pensar a sério na criação ou utilização de qualquer jornal para a propaganda dos princípios sociais do Estado Novo.»					

Viana do Castelo						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	3	2	2	7	7	14
Nº jornais em Dez. 1934	3	6	0	9	5	14
Novos	0	0	0	0	0	0
Transferidos	0	0	2	2	2	4
Suspensos	0	0	0	0	0	0
Apreciações						
Doc. A	«No distrito de Viana tem a situação um órgão importante que é o Notícias de Viana, que domina plenamente na cidade. Em Arcos de Valdevez o jornal da situação tem condições para se impor na região e contrabalançar a influência dos jornais anti-situacionistas. A imprensa anti-situacionista domina, sem importância, em Melgaço e Ponte da Barca. No distrito basta meter na ordem os jornais A Voz do Minho de Arcos de Valdevez e a Plebe, de Valença, obrigando-os a servir-se de processos mais dignos da sua função jornalística. Nota – Há no distrito de Viana mais dois jornais: O Courense de Paredes de Coura, jornal de formato reduzido sem valor algum. A Terra Minhota de Monsão, com formato reduzido, regionalista, sem valor político»					
Recomendações						
Doc. A	«no distrito basta meter na ordem os jornais A Voz do Minho de Arcos de Valdevez e a Plebe, de Valença, obrigando-os a servir-se de processos mais dignos da sua função jornalística»					

Vila Real						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	2	2	2	6	2	8
Nº jornais em Dez. 1934	2	5	1	8	1	9
Novos	0	1	0	1	0	1
Transferidos	0	0	1	1	1	2
Suspensos	0	0	0	0	0	0
Apreciações						
<b>Doc. A</b>	«O aspecto do distrito no referente à imprensa situacionista não é mau. A imprensa anti-situacionista não prevalece em nenhum concelho.»					
Recomendações						
<b>Doc. A</b>	«Para tornar mais forte e mais eficaz a imprensa da Situação em Vila Real basta identificar a acção do jornal Era Nova e aproveitar, se possível fosse, para o mesmo fim o Vilarealense. Em Chaves basta, também, fortalecer a posição do jornal da Situação Era Nova»					

Viseu						
	Situacionistas	Simpatizantes	Neutros	Total B.F.R.	Anti-situacionistas	Total Geral
Nº jornais em Dez. 1933	3	4	2	9	5	14
Nº jornais em Dez. 1934	3	5	1	9	4	13
Novos	1	0	0	1	0	1
Transferidos	0	0	1	1	0	1
Suspensos	1	0	0	1	1	2
Apreciações						
<b>Doc. A</b>	«Na cidade de Viseu prevalece a imprensa anti-situacionista com o jornal de Marques Loureiro. Como Viseu é um meio importante com muitas freguesias rurais é necessário(...). Em Lamego predomina a imprensa da Situação pois a contrária pouco valor tem. Em Mangualde a posição da imprensa da Situação é óptima. O Mesmo acontece em Santa Comba Dão. Em Tondela é preciso(...)»					
Recomendações						
<b>Doc. A</b>	«Como Viseu é um meio importante com muitas freguesias rurais é necessário que os vários amigos com que a Situação conta aí, assim como alguns valores pensem na criação dum jornal para a defesa clara e forte dos princípios do Estado Novo, o jornal católico é inamovível. (...). Em Tondela é preciso fortalecer o órgão da Situação Folha de Tondela assim como interessar todos os jornais do distrito na propaganda dos objectivos e realizações sociais do Estado Novo. Nota-se a falta de propaganda em todos os jornais do Distrito»					

**B.F.R.: Bloco Favorável ao Regime**

Fonte: «Relatório Sobre o Estado Actual da Imprensa da Província (1 de Janeiro de 1934)» e «Imprensa de Província, Relatório Referente ao Ano de 1934» in *A Política de Informação no Regime Fascista*, Presidência do Conselho de Ministros, Comissão do Livro Negro sobre o Fascismo, Lisboa, 1980, pp. 56-72; Arquivo do Secretariado de Propaganda Nacional, Armazém do Pendão, em Queluz.

## Quadro II

Jornais de «provincia» suspensos e criados no ano de 1934, por distritos

	SUSPENSOS					NOVOS				
	Situa- cionista	Simpa- tizante	Neutro	Anti- situacionista	Total	Situa- cionista	Simpa- tizante	Neutro	Anti- situacionista	Total
Aveiro	0	0	0	2	2	2	0	0	1	3
Beja	0	0	0	2	2	1	0	0	1	2
Braga	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bragança	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Castelo Branco	0	1	2	0	3	2	0	0	0	2
Coimbra	0	0	0	2	2	0	2	1	0	3
Évora	0	0	0	0	0	2	1	0	0	3
Faro	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1
Guarda	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0
Leiria	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0
Lisboa	0	0	1	0	1	3	1	0	1	5
Portalegre	0	0	0	2	2	1	0	0	0	1
Porto	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
Santarém	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0
Setúbal	1	2	2	2	7	1	0	0	1	2
Viana do Castelo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vila Real	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Viseu	1	0	0	1	2	1	0	0	0	1
<b>Total Nacional</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>15</b>	<b>29</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>26</b>

Fonte: «Imprensa de Província, Relatório Referente ao Ano de 1934» in *A Política de Informação no Regime Fascista*, Presidência do Conselho de Ministros, Comissão Livro Negro sobre o Fascismo, Lisboa, 1980, pp. 64-72; Arquivo do Secretariado de Propaganda Nacional, Armazém do Pendão, em Queluz.

Quadro III

Transferências de classificação política dos títulos de jornais de «provincia», segundo SPN, por distritos, ano 1934

	TRANSFERÊNCIAS												Total de Transferências Favoráveis ao Regime	
	Situacionista ▶ Simpatizante	Situacionista ▶ Neutro	Situacionista ▶ Anti-situacionista	Simpatizante ▶ Situacionista	Simpatizante ▶ Neutro	Simpatizante ▶ Anti-situacionista	Neutro ▶ Situacionista	Neutro ▶ Simpatizante	Neutro ▶ Anti-situacionista	Anti-situacionista ▶ Situacionista	Anti-situacionista ▶ Simpatizante	Anti-situacionista ▶ Neutro		Total de Transferências
Aveiro	0	0	0	3	0	0	0	2	0	1	1	0	7	7
Beja	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	2
Braga	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
Bragança	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	2
Castelo Branco	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Coimbra	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	3
Évora	0	0	0	0	0	0	0	4	1	0	0	0	5	4
Faro	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	3	3
Guarda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Leiria	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	2
Lisboa	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	2
Portalegre	0	0	0	1	1	0	1	3	1	0	0	0	7	5
Porto	0	0	0	1	0	0	0	3	0	0	0	1	5	5
Santarém	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	0	3	3
Setúbal	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	4	2
Viana do Castelo	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	0	4	4
Vila Real	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	2	2
Viseu	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1
<b>Total Nacional</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>24</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>54</b>	<b>49</b>

Fonte: «Imprensa de Provincia, Relatório Referente ao Ano de 1934» in *A Política de Informação no Regime Fascista*, Presidência do Conselho de Ministros, Comissão do Livro Negro sobre o Fascismo, Lisboa, 1980, pp. 64-72; Arquivo do Secretariado de Propaganda Nacional, Armazém do Pendão, em Queluz.

## Quadro IV

## Número de títulos e classificação política dos jornais de «provincia», por distrito

	Dez. 1933					Dez. 1934				
	Situa- cionista	Simpa- tizante	Neutro	Anti- situacionista	Total	Situa- cionista	Simpa- tizante	Neutro	Anti- situacionista	Total
Aveiro	4	9	6	16	35	10	9	4	13	36
Beja	0	1	2	5	8	1	2	2	3	8
Braga	2	6	6	5	19	3	6	5	5	19
Bragança	0	0	1	1	2	2	1	0	0	3
Castelo Branco	3	2	3	1	9	5	1	1	1	8
Coimbra	5	5	3	10	23	5	8	6	5	24
Évora	0	3	7	1	11	2	8	2	2	14
Faro	0	3	5	2	10	2	3	4	1	10
Guarda	2	3	2	4	11	2	3	3	1	9
Leiria	2	3	3	2	10	2	5	1	0	8
Lisboa	4	1	4	3	12	8	2	2	4	16
Portalegre	0	2	8	2	12	3	3	4	1	11
Porto	6	4	5	10	25	7	6	3	9	25
Santarém	1	5	5	1	12	1	8	1	0	10
Setúbal	2	6	3	4	15	1	5	3	1	10
Viana do Castelo	3	2	2	7	14	3	6	0	5	14
Vila Real	2	2	2	2	8	2	5	1	1	9
Viseu	3	4	2	5	14	3	5	1	4	13
<b>Total Nacional</b>	<b>39</b>	<b>61</b>	<b>69</b>	<b>81</b>	<b>250</b>	<b>62</b>	<b>86</b>	<b>43</b>	<b>56</b>	<b>247</b>

Fonte: «Imprensa de Província, Relatório Referente ao Ano de 1934» in *A Política de Informação no Regime Fascista*, Presidência do Conselho de Ministros, Comissão do Livro Negro sobre o Fascismo, Lisboa, 1980, pp. 64-72; Arquivo do Secretariado de Propaganda Nacional, Armazém do Pendão, em Queluz.

## Quadro V

## Nº habitantes e total de jornais, por distrito

Distritos	Nº habitantes 1940 <sup>(a)</sup>	Total jornais 1933 <sup>(b)</sup>
Porto (S/ cidade)	675.979	25
Braga	482.914	19
Aveiro	429.870	35
Santarém	421.996	12
Coimbra	416.677	23
Lisboa	360.924	12
Leiria	353.675	10
Faro	317.628	10
Castelo Branco	299.670	9
Guarda	294.166	11
Vila Real	289.114	8
Beja	275.441	8
Setúbal	268.884	15
Viana do Castelo	258.596	14
Bragança	213.233	2
Évora	207.972	11
Portalegre	186.373	12

Fonte: (a) Ana Bela Ferreira Macias Nunes, *A Rede Urbana Portuguesa e o Moderno Crescimento Económico*, Estudo apresentado no Instituto Superior de economia da Universidade Técnica de Lisboa para as provas complementares de doutoramento em Economia, Lisboa, 1989.  
 (b) «Relatório Sobre o Estado Actual da Imprensa da Província (1 de Janeiro de 1934)» in *A Política de Informação no Regime Fascista*, Presidência do Conselho de Ministros, Comissão do Livro Negro sobre o Fascismo, Lisboa, 1980, pp. 56-72; Arquivo do Secretariado de Propaganda Nacional, Armazém do Pendão, em Queluz.

Quadro VI

Lista de títulos, por distrito e classificação política, 1933-34

Distrito de Aveiro	
Em Dez.º 1933	Em Dez.º 1934
Jornais Situacionistas	
Soberania do Povo	Soberania do Povo
Defeza de Arouca	Defeza de Arouca
Tradição	Tradição
Opinião	Opinião
	Acção Nacional
	Concelho da Murtosa
	Ilhavense
	O Democrata
	Gazeta de Arouca
	Política Nova
Jornais Simpatizantes	
O Jornal de Espinho	O Jornal de Espinho
Correio do Vouga	Correio do Vouga
O Democrata	Jornal de Albergaria
Jornal de Albergaria	Defeza de Espinho
Defeza de Espinho	O Progresso da Murtosa
Ilhavense	Bairrada Elegante
Concelho da Murtosa	O Regional
O Progresso da Murtosa	O Povo de Pardilhó
Bairrada Elegante	Correio da Feira
Jornais Neutros	
O Nauta	O Nauta
Jornal de Estarreja	Jornal de Estarreja
Jornal de Cambra	Jornal de Cambra
O Regional	O Arrifanense
O Povo de Pardilhó	
O Arrifanense	
Jornais Anti-Situacionistas	
O Debate	O Povo de Aveiro
O Povo de Aveiro	Ecos de Cacia
Ecos de Cacia	Jornal de Cacia
Jornal de Cacia	O Povo de Ovar
O Povo de Ovar	Águeda
Águeda	Independência de Águeda
Independência de Águeda	A Gazeta de Albergaria <sup>24</sup>
A Gazeta de Albergaria	A Idea Livre
A Idea Livre	Democrata Feirense
Gazeta de Arouca	Jornal de Ilhavo
Beira Mar	O Correio de Azeméis
Democrata Feirense	Alma Popular
O Correio de Azeméis	Voz do Povo
Alma Popular	
A Voz do Povo	
Correio da Feira	

(Cont.)

<sup>24</sup> Este jornal aparece no documento referenciado como A Gazeta nesta coluna, mas de acordo com o Quadro Síntese deste Documento B parece tratar-se da Gazeta de Albergaria.

O CERCO IDEOLÓGICO DO ESTADO NOVO À IMPRENSA...

<b>Distrito de Beja</b>	
Em Dez. <sup>o</sup> 1933	Em Dez. <sup>o</sup> 1934
Jornais Situacionistas	
	Estado Novo
Jornais Simpatizantes	
Notícias de Beja	Notícias de Beja
	Jornal de Moura
Jornais Neutros	
Jornal de Moura	A Província
A Província	Ecos do Guadiana
Jornais Anti-Situacionistas	
Diário do Alentejo	Diário do Alentejo
O Porvir	A Ala Esquerda
O Bejense	O Distrito de Beja
Ecos do Guadiana	
A Ala Esquerda	
<b>Distrito de Braga</b>	
Em Dez. <sup>o</sup> . 1933	Em Dez. <sup>o</sup> . 1934
Jornais Situacionistas	
Notícias de Barcelos	Notícias de Barcelos
A Voz de Fafe	A Voz de fafe
	Correio do Minho
Jornais Simpatizantes	
Diário do Minho	Diário do Minho
Barcelense	Barcelense
Jornal de Cabeceiras	Jornal de Cabeceiras
O Espozendense	O Espozendense
Comércio de Guimarães	Comércio de Guimarães
Póvoa de Lanhoso	Póvoa de Lanhoso
Jornais Neutros	
Correio do Minho	Notícias de fafe
Notícias de Fafe	Notícias de Guimarães
Notícias de Guimarães	Comércio de vieira
Comércio de Vieira	Estrela do Minho
Estrela do Minho	Folha de Vila Verde
Folha de Vila Verde	
Jornais Anti-situacionistas	
Eco de Cabeceiras	Eco de Cabeceiras
O Cávado	O Cávado
O Desfôrço	O Desfôrço
O Combate	O Combate
Maria da Fonte	Maria da Fonte
<b>Distrito de Bragança</b>	
Em Dez. <sup>o</sup> . 1933	Em Dez. <sup>o</sup> . 1934
Jornais Situacionistas	
	Terras de Bragança
	Correio de Mirandela
Jornais Simpatizantes	
	Notícias de Mirandela

(Cont.)

<b>Jornais Neutros</b>	
Notícias de Mirandela	
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
Correio de Mirandela	
<b>Distrito de Castelo Branco</b>	
Em Dezº. 1933	Em Dezº. 1934
<b>Jornais Situacionistas</b>	
O Fundão	O Fundão
A Vanguarda	A Vanguarda
Era Nova	Era Nova
	A Grei
	A Covilhã
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
Notícias da Covilhã	Notícias da Covilhã
A Voz dos trabalhadores	
<b>Jornais Neutros</b>	
A Nova Proença	Heraldo de Oleiros
O Despertar da Beira	
Heraldo de Oleiros	
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
O Raio	O Raio
<b>Distrito de Coimbra</b>	
Em Dezº. 1933	Em Dezº. 1934
<b>Jornais Situacionistas</b>	
Diário de Coimbra	Diário de Coimbra
A Situação	A Situação
Comarca de Cantanhede	Comarca de Cantanhede
Povo da Louzã	Povo da Louzã
Notícias de Penacova	Notícias de Penacova
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
Correio de Coimbra	Correio de Coimbra
O Figueirense	O Figueirense
Comarca da Táboa	Comarca da Táboa
Comarca de Arganil	Comarca de Arganil
O Dever	O Dever
	Correio de Soure
	O Taboense
	Notícias de Penela
<b>Jornais Neutros</b>	
Jornal de Arganil	Jornal de arganil
Gente da Guerra	Gente da Guerra
Novo Horizonte	Novo Horizonte
	Gazeta de Coimbra
	Despertar
	A Voz de Ançã
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
Gazeta de Coimbra	Eco dos Olivais
Despertar	Gazeta de Cantanhede
Ecos dos Olivais	A Voz da Justiça

(Cont.)

O CERCO IDEOLÓGICO DO ESTADO NOVO À IMPRENSA...

Gazeta de Cantanhede	Alma Nova
A Voz da Justiça	A Razão
Alma Nova	
A Razão	
Jornal de Penacova	
Correio de Soure	
A Voz de S. Pedro d'Alva	
<b>Distrito de Évora</b>	
Em Dez.º. 1933	Em Dez.º 1934
Jornais Situacionistas	
Hora Nacional	
Notícias de Redondo	
Jornais Simpatizantes	
A Fôlha do Sul	A Fôlha do Sul
A Defeza	A Defeza
A Alvorada	A Alvorada
	Notícias de Évora
	Eco de Reguengos
	Notícias do Alentejo
	Calliope
	Eco de Estremoz
Jornais Neutros	
Notícias de Évora	O Montemorense
Brados do Alentejo	O Transtagano
Eco de Estremoz	
Notícias do Alentejo	
Eco de Reguengos	
O Transtagano	
O Montemorense	
Jornais Anti-situacionistas	
A Democracia do Sul	A Democracia do Sul
	Brados do Alentejo
<b>Distrito de Faro</b>	
Em Dez.º. 1933	Em Dez.º. 1934
Jornais Situacionistas	
	Correio do Sul
	O Povo Algarvio
Jornais Simpatizantes	
O Algarve	O Algarve
O Correio do Sul	Fôlha de Domingo
Fôlha do Domingo	Louletano
Jornais Neutros	
O Jornal de Lagos	O Jornal de Lagos
A Fôlha de Alte	A Fôlha de Alte
Louletano	Comércio de Portimão
Comércio de Portimão	Correio Algarvio
Notícias do Sul	
Jornais Anti-situacionistas	
Correio Algarvio	Voz do Sul
Voz do Sul	

(Cont.)

<b>Distrito da Guarda</b>	
Em Dezº. 1933	Em Dezº. 1934
<b>Jornais Situacionistas</b>	
Jornal da Guarda	Jornal da Guarda
Notícias de Foz Côa	Notícias de Foz Côa
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
A Guarda	A Guarda
Hermínio	Hermínio
Notícias de Gouveia	Notícias de Gouveia
<b>Jornais Neutros</b>	
Estrela da Beira	Estrela da Beira
Estrela de Alva	Estrela de Alva
	Fôlha de Trancoso
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
Distrito da Guarda	Distrito da Guarda
O Almeidense	
Actualidade	
Fôlha de Trancoso	
<b>Distrito de Leiria</b>	
Em Dezº. 1933	Em Dezº. 1934
<b>Jornais Situacionistas</b>	
O Mensageiro	O Mensageiro
Ecos de Alcôa	Ecos de Alcôa
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
União Nacional	União Nacional
A Regeneração	A Regeneração
O Obidense	O Obidense
	O Eco
	Terra Mãe
<b>Jornais Neutros</b>	
A Gazeta das Caldas da Rainha	A Gazeta das Caldas da Rainha
O Eco	
Terra-Mãe	
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
Linha Geral	
A Voz de Alcobaca	
<b>Distrito de Lisboa</b>	
Em Dezº. 1933	Em Dezº, 1934
<b>Jornais Situacionistas</b>	
A Verdade (Alenquer)	A verdade (Alenquer)
A Verdade (Lisboa)	A Verdade (Lisboa)
O Concelho de Mafra	O Concelho de Mafra
Alta Estremadura	Alta Estremadura
	Ávante
	O Trabalhador
	Vida Ribatejana
	A Voz de Belém
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
Vida Ribatejana	Os Novos
	Quatro de Outubro

(Cont.)

**O CERCO IDEOLÓGICO DO ESTADO NOVO À IMPRENSA...**

<b>Jornais Neutros</b>	
Quatro de Outubro	Jornal de Cascais
A Voz do Concelho	Jornal do Estoril
Jornal de Cascais	
Jornal do Estoril	
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
A Voz Pública	A Voz Pública
O Protesto	O Protesto
A Vida Social	A Vida Social
	A Cidade
<b>Distrito de Portalegre</b>	
Dez°. 1933	Dez°. 1934
<b>Jornais Situacionistas</b>	
	O Jornal da Situação
	Distrito de Portalegre
	O Castelovidense
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
A Voz Portalegrense	O Campomaiorense
Distrito de Portalegre	O Alentejano
	Jornal de Elvas
<b>Jornais Neutros</b>	
Correio Elvense	A Voz Portalegrense
Jornal de Elvas	Correio Elvense
O Campomaiorense	Ecos da Colónia
A Fôlha do Leste	A Mocidade
O Castelovidense	
Ecos da Colónia	
O Alentejano	
A Mocidade	
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
A Rabeca	A Fôlha do Leste
A Fôlha do Sul	
<b>Distrito do Porto</b>	
Dez°. 1933	Dez°. 1934
<b>Jornais Situacionistas</b>	
O Penafidense	O Penafidense
Vida Nova	O Marcoense
O Marcoense	Idea Nova
Idea Nova	Semana Tirsense
Semana Tirsense	Jornal de Santo Tirso
Jornal de Santo Tirso	Renovação
	O Tempo
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
O Legionário	O Legionário
O Tempo	Comércio de Gaia
Comércio de Gaia	Progresso de Paredes
Progresso de Paredes	Flor do Tamega
	Jornal de Felgueiras
	Lus do Operário

(Cont.)

Jornais Neutros	
Lus do Operário	Povo de Lixa
Flor do Tamega	Comércio de Leixões
Povo de Lixa	O Comércio de Penafiel
Comércio de Leixões	
Jornal de Felgueiras	
Jornais Anti-Situacionistas	
A Nossa Terra	A Nossa Terra
O Clarim	O Clarim
Jornal de Penafiel	Jornal de Penafiel
O Povo de Penafiel	O Povo de Penafiel
O Comércio de Penafiel	Heraldo
Heraldo	O Jornal de Louzada
O Jornal de Louzada	O Comércio da Póvoa do Varzim
O Comércio da Póvoa do Varzim	A República
O Democrático	O Democrático
Distrito de Santarém	
Dez°. 1933	Dez°. 1934
Jornais Situacionistas	
Correio de Abrantes	Correio de Abrantes
Jornais Simpatizantes	
Correio da Estremadura	Correio da Estremadura
A Sorraia	O Sorraia
O Almonda	O Almonda
Notícias de Ourém	Notícias de Ourém
O Zézere	O Zézere
	Jornal de Abrantes
	Notícias do Entroncamento
	O Vale do Tejo
Jornais Neutros	
O Vale do Tejo	De Tomar
De Tomar	
Jornal de Rio Maior	
Notícias do Entroncamento	
Chamusca Nova	
Jornais Anti-situacionistas	
Jornal de Abrantes	
Distrito de Setúbal	
Em Dez°. 1933	Em Dez°. 1934
Jornais Situacionistas	
A Voz do Seixal	O Povo do Barreiro
Alcácer	
Jornais Simpatizantes	
Eco de Setúbal	A Voz do Seixal
O Sado	O Sado
O Seixalense	O Seixalense
A Mocidade	A Indústria
A Minha Terra	Jornal do Montijo
A Indústria	

(Cont.)

O CERCO IDEOLÓGICO DO ESTADO NOVO À IMPRENSA...

<b>Jornais Neutros</b>	
O Setubalense	O Setubalense
O Barreiro	A Mocidade
Voz do Barreiro	O Cezimbrense
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
A Vitória	A Idéa
O Almadense	
O Cezimbrense	
Jornal do Montijo	
<b>Distrito de Viana do Castelo</b>	
Em Dez°. 1933	Em Dez°. 1934
<b>Jornais Situacionistas</b>	
Notícias de Viana	Notícias de Viana
Notícias dos Arcos	Notícias dos Arcos
Notícias de Valença	Notícias de Valença
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
O Minhoto	O Minho
Rio Lima	Rio Lima
	O Courense
	Terra Minhota
	Notícias de Melgaço
	Aurora de Lima
<b>Jornais Neutros</b>	
O Courense	
Aurora de Lima	
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
A Concórdia	A Concórdia
A Voz do Minho	A Voz do Minho
Notícias de Melgaço	A Plebe
A Plebe	Cardial Saraiva
Cardial Saraiva	Povo da Barca
Povo da Barca	
Terra Minhota	
<b>Distrito de Vila Real</b>	
Dez°. 1933	Dez°. 1934
<b>Jornais Situacionistas</b>	
Ordem Nova	Ordem Nova
Era Nova	Era Nova
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
O Vilarrealense	O Vilarrealense
O Comércio de Chaves	O Comércio de Chaves
	Notícias de Vila Real
	A Região Duriense
	Notícias do Douro
<b>Jornais Neutros</b>	
A Região Duriense	Jornal da Régua
Jornal da Régua	
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
Notícias de Vila Real	Jornal de Chaves
Jornal de Chaves	

(Cont.)

<b>Distrito de Viseu</b>	
<b>Em Dezº. 1933</b>	<b>Em Dezº. 1934</b>
<b>Jornais Situacionistas</b>	
O Nacionalista	Beira-Dão
Beira-Dão	Fôlha de Tondela
Fôlha de Tondela	Notícias da Beira
<b>Jornais Simpatizantes</b>	
Jornal da Beira	Jornal da Beira
Comércio de Vizeu	Comércio de Vizeu
Revista Católica	Revista Católica
A Voz de Lamego	A Voz de Lamego
	A Voz de Paiva
<b>Jornais Neutros</b>	
A Voz de Paiva	Renascimento
Renascimento	
<b>Jornais Anti-situacionistas</b>	
Distrito de Vizeu	Distrito de Vizeu
O Trabalho	O Trabalho
A Fraternidade	A Fraternidade
Notícias de Tondela	Povo da Beira

Fonte: «Imprensa de Província, Relatório Referente ao Ano de 1934» in Arquivo do Secretariado de propaganda Nacional, Armazém Pendão, Queluz

## **PEDÓFILOS NA TELEVISÃO E VAMPIROS NA SOCIEDADE — BREVE ANÁLISE DO TRATAMENTO MEDIÁTICO DO CASO CASA PIA**

A cobertura mediática do chamado Caso Casa Pia é um assunto fértil para análises de Imprensa, e instrutivo, se dessa análise resultar qualquer benefício para o futuro, pois permite situar o ponto em que os media se encontram hoje em Portugal.

A pedofilia praticada durante anos a fio sobre crianças à guarda do Estado não só abalou a moral da sociedade portuguesa, que assim viu «claramente visto» as suas enormes fragilidades em matéria de política social e, em particular, de salvaguarda dos direitos elementares dos mais jovens; como rapidamente se configurou como ferida mais profunda, metáfora perfeita do tumor que vai alastrando e contaminando uma boa parte do corpo social, forçando Política, Justiça e Media a um abraço ligado pela mesma afeção.

Uma demonstração deste movimento para o sincrético é a forma como os restantes casos de Justiça, posteriores ao aparecimento do escândalo Casa Pia, se dão a ver na generalidade dos noticiários televisivos: como reverberações da doença inaugural, sintomas previsíveis que apenas confirmam o diagnóstico inicial de incapacidade da Política para agir em prol do bem comum; da pouca vontade da Justiça em dar resposta célere ao desejo comum de encontrar os culpados e indemnizar as vítimas.

O mesmo aparelho judicial que tantas vezes emprega o argumento do «risco de perturbação da ordem pública» para manter os arguidos em prisão preventiva durante meses, por vezes anos, não percebeu ainda, ou não quis mudar a sua atitude, que se tornou no maior elemento de perturbação.

Tendo sido erguido para assegurar a ordem, este gigantesco edifício, cuja arquitectura é complexa mas admirável pois repousa em séculos de negociação para que um contrato social, assente em valores como o reconhecimento da necessidade de uma violência legítima e a mediação argumentada de conflitos possa funcionar, tornou-se desordenado.

São obscuras e incompreensíveis as suas decisões; falíveis os seus critérios que mudam, por vezes radicalmente, em função de apreciações diversas; lentas as conclusões, que obedecem a insondáveis preceitos burocráticos sem levar em conta que o trabalho dos magistrados, tal como o dos médicos, interfere decisivamente com a vida das pessoas e por isso exige urgência.

São sensatos os argumentos que «esfriam» as inúmeras discussões públicas, quase todas presas a um modelo argumentativo polarizado muito promovido pelos media, que tendem a defender o sistema de Justiça *contra* o dedo acusador de cidadãos anónimos, agentes políticos e corporativos bem identificados, notáveis da sociedade e da política, jornalistas, etc.

Entre estes, está o facto de a Justiça não poder ser considerada uma entidade unívoca, uma espécie de super sujeito ou centro unificado de poder. Dentro do mesmo sistema judicial, confrontam-se muitas lógicas e interesses diversos.

Basta pensar, por exemplo, que os advogados de defesa podem pretender retardar o julgamento enquanto a acusação pretende acelerar o andamento do processo; ou que existe um desfasamento benéfico entre o tempo judicial e o tempo mediático; ou ainda que as decisões não podem ser apressadas à custa da supressão dos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos.

Mas, de que serve iluminar tanto a discussão, quando a luz cega, quer dizer, justifica o que está mal, oferece uma explicação mas não resolve o problema?

Investidos socialmente do poder de sujeitar, os magistrados têm a obrigação de o usar no mais absoluto respeito pelos direitos de quem é sujeito à sua acção, assim deixando de ser sujeito livre. Este é um principio básico da cultura ocidental: a vontade de poder equilibra-se com o controlo sobre o poder.

Toda a modernidade se inscreve nesta configuração do corpo social, inclusivo do corpo dos indivíduos justamente porque, para proteger, necessita de controlar.

O jurídico corresponde, na linguagem dos afectos, a um abraço poderoso mas não a uma ligação servil porque, algures num ponto da História, ela foi negociada e deliberada.

Compreende-se bem como o crime em geral, sobretudo os crimes de natureza sexual, e ainda mais exercidos sobre crianças, violam profundamente esta promessa de paz e liberdade feita pelos modernos, desde que aceitassem conformar o seu corpo a uma abstracção jurídica.

A pedofilia vem dolorosamente fazer regressar a carne, quer dizer, o corpo desorganizado, a sujeição e a irracionalidade. A «carne» vem antes do corpo, sendo «simultaneamente promessa de alegria e superfície de inscrição de ameaças de todo o tipo, a derradeira das quais é a morte», define Bragança de Miranda.

A revelação de tão terrível crime praticado sobre uma carne tão jovem e desprotegida, num ambiente asilar e anacrónico de acolhimento de crianças como o da Casa Pia, teria sempre que ser da natureza do traumático.

Se vier a provar-se que tem a dimensão que os media lhe atribuíram, este caso só pode posicionar-se como ponto inaugural de uma nova ordem, mais violenta que a existente.

O mal estar ou «a náusea», como titulóu o *Le Monde*, que atravessa a sociedade portuguesa nasce também da impressão de que o poder exercido pela Justiça se desligou da sua missão social:

não promove a fala das alegadas vítimas, remetendo-as para um silêncio martirizante; permite, através de ardilosos mecanismos legais, o sucessivo adiamento de fases importantes do processo; manteve na prisão arguidos sem culpa formada, não tendo sido capaz de formular uma acusação coerente e forte que permita compreender a dureza de tais medidas preventivas.

A já bastante complexa amálgama de notícias que constitui o caso Casa Pia serviu também para, em Portugal, consagrar a centralidade da televisão como instituição social. Representa ainda a confirmação de um modelo televisivo narrativo bastante eficaz que tenderá a ser reproduzido até à exaustão, ou até que outra fórmula qualquer se revele mais proveitosa e o substitua, porque esse é o curso natural das coisas na ordem dos media.

A «televisão psi», na feliz designação de Dominique Mehl, é uma das faces desta nova televisão cujas características principais são a flexibilidade, o desdobramento e a mobilidade, por contraste com a rigidez anterior.

A *televisão psi* usa a *vulgata* da psiquiatria, da psicologia ou da psicanálise para olhar para a sociedade e supostamente compreender e decifrar os seus problemas.

A *televisão psi* inspira-se numa prática altamente especializada e, até aqui, confinada ao acantonamento das doenças íntimas e inconfessáveis – pela sua proximidade com a loucura – e projecta-a como abordagem normativa dos fenómenos sociais; como se a compreensão do todo equivallesse à tradução do sofrimento individual em sofrimento colectivo.

De certa forma, esta televisão pedofiliza a sociedade, ao tratá-la como «carne» artificial, que, justamente por causa da sua artificialização, pode ser medicalizada, mesmo no seu interior.

A passagem «do divã ao écran», como salienta Dominique Mehl, é manifestação de toda uma evolução social cuja amplitude não podemos aqui destrinçar. Mas um dos vincos mais marcantes do contexto pós-moderno é, segundo aquela investigadora francesa, a forma como a relação com o Outro se pensa através do prisma da relação com o Eu.

O centramento no indivíduo acrescenta maiores oportunidades, escolhas mais diversificadas e livres – porque é o Eu que desenha as suas preferências – mas também um olhar introspectivo que quase força a descobrir angústias, perversões e a potenciar (in)confissões.

Quando a televisão oferece a sua antena e a sua mega potência técnica para que esta palavra íntima se torne pública, vemos como isso só pode ter um efeito avassalador sobre a própria natureza do espaço público.

A esfera pública já não pode ser mais habermasiana, no sentido de se ocupar com os dilemas dos cidadãos, pois está sufocada pelas «estórias» dos seres humanos. Humanizar, vampirizar, eis o que a televisão *psi* faz aos homens, ou não fosse o mito do vampiro, tal como surge no maravilhoso filme de Murnau, bem a ilustração desses novos seres cindidos entre a vida e a morte, entre a paixão e a máquina.

O tratamento mediático da pedofilia na Casa Pia releva de um modelo narrativo que opera uma diferença radical em relação ao modelo jornalístico clássico.

O jornalismo, tal como o conhecíamos *antes*, é bem um «género minoritário», na expressão de Mário Mesquita, cujo destino oscilará entre o desaparecimento ou a preservação enquanto categoria artística.

Concretizando, a passagem deu-se algures entre os factos, que costumavam ter a primazia, e as pessoas, que agora dominam as notícias. O que aconteceu é claramente secundário em relação ao quem praticou/sofreu as acções noticiadas. Esta extrema personalização das notícias só pode contribuir para o agudizar do tratamento maniqueu e, sobretudo, para a morte da argumentação.

O efeito terapêutico da televisão reside no facto de se ter posicionado como instância de escuta generosa, como ampla superfície de contacto onde todas as experiências podem fluir. Mas, justamente, como argumentar a experiência? Como cindir, pelo exercício crítico, aquilo que é irredutivelmente da ordem do concreto?

Serge Tisseron fala do aparecimento de uma cultura «da extimidade», em que a despudorada *mise-en-scène* do Eu serve para a revalorização e reapropriação dessa esfera íntima, depois de devidamente legitimada pelo olhar dos outros.

Remetidos para a condição de espectadores das notícias, forçados ao consenso da partilha de experiências, podemos apenas mover-nos nessa exótica etnografia social com maior ou menor engajamento físico.

Serge Tisseron refere-se ainda à função de «mostração» da televisão, tanto mais reforçada quanto mais forte é o movimento para a despolitização das notícias e menor o compromisso que exigem ao espectador.

A dor do Outro organiza-se televisivamente como espectáculo sem exigir a minha participação, apenas retendo o meu olhar. É por isso que Daniel Dayan enfatiza a necessidade de uma «ecologia do olhar» que corresponde, nesta cultura de «actos de olhar», como antes existiam os «actos de fala» descritos por Austin, à interrogação ética possível.

A linguagem da televisão adquiriu uma enorme sofisticação e mestria – as câmaras parecem falar por si, impondo uma narrativa activa, detectivesca, emocionante pela sua capacidade de tudo ligar.

As directivas para a construção dos noticiários televisivos e da maioria dos produtos audiovisuais, incluindo documentários e telefilmes, impõem regras bem claras quanto à construção narrativa.

A preferência vai para «estórias» apelativas, universalizáveis, com mistura de drama e ficção (até se inventou o neologismo docu-ficção), com poucas «cabeças falantes» e a tónica posta na psicologização das personagens a fim de criar identificações emocionais fortes com o espectador.

Nada disto é natural, mas tudo se naturaliza facilmente. As empresas de comunicação, por força de inúmeras circunstâncias impossíveis de concretizar neste texto, compreenderam rapidamente que a mistura do jornalismo com o reino universal da ficção junta o melhor de dois mundos: o efeito-verdade do jornalismo com o efeito-choque do drama. Esta aliança é, por enquanto, indestrutível.

## Conclusão

A cobertura mediática da pedofilia na Casa Pia e, eventualmente, noutras casas [a casa de Elvas, o apartamento de Cascais, lugares cuja toponímia desconhecemos em absoluto mas que, no imaginário alimentado pelos media, passaram a representar uma geografia de crime e castigo] providencia a ligação entre dois universos que costumavam estar desligados: a realidade, onde se passam coisas e que tem uma exterioridade e uma corporeidade palpáveis – Walter Lippmann chamava-lhe «o mundo lá fora» – e o mundo da ficção, dos sonhos, dos desenhos, da imaginação.

É evidente que sempre existiram passagens, umas mais secretas que outras, entre estes dois universos. Mas o jornalismo, por força da sua constituição histórica como profissão, sempre se assumiu como campo de separação, mais do que como ponte entre eles. O jornalismo não era uma

profissão onde se relatavam coisas passadas em nenhures, lugares virtuais prontos a serem activados/desactivados pelo uso. Mas passou a ser: ao valorizar a transparência, os media acabam instaurando um contínuo de imagens cuja ligação releva mais da ordem do jogo ou do lúdico do que da existência de uma qualquer causalidade efectivamente existente entre as partes.

O jornalismo, quer dizer, o espaço concedido à informação nos media, em particular na televisão, apresenta-se hoje como um imenso corredor que providencia acesso a todas as portas.

O jornalismo transformou-se numa plataforma, num não-lugar, na expressão de Marc Augé, sem fronteiras, sem território fixo, um espaço de experimentação tecnológica, uma laboratório de experiências de mistura de géneros, de criação de novos produtos, de manipulação genética.

Este ambiente conturbado podia estar a ser vivido com a preocupação natural de quem experimenta uma guerra civil. Mas, estranhamente, não é isso que acontece. Vive-se, pelo contrário, com um sentimento exaltante de poder, de fruição técnica, de absoluto descomprometimento com as consequências deste processo para o conjunto da sociedade.

Só perante esta fria indiferença pudemos realmente compreender o alcance da expressão de «triunfo da razão técnica instrumental» que Adorno e Horkheimer identificaram nos anos 30 do século passado.

Para terminar, honremos a memória de um filósofo cujo bicentenário da morte se comemorou muito recentemente, recordando uma das suas exigências mais célebres: *sapere aude!* (ousa servir-te da tua própria razão).

Kant sabia, há dois séculos, duas coisas fundamentais no mundo moderno: estamos sozinhos com os nossos recursos, tudo o resto é falível; o sucesso público e a imortalidade dependem de se poder resumir toda uma obra a dois ou três bons *sound bytes*.

## Bibliografia

- Bragança de Miranda, José (2002), *Teoria da Cultura*, Lisboa, Século XXI.
- Cornu, Daniel (1999), *Jornalismo e Verdade*, Lisboa, Instituto Piaget.
- Dayan, Daniel, «Le presque public de la télévision» in *Réseaux*, 18 (100), pp. 427-456 (numéro *Communiquer à l'ère des réseaux*).
- Mehl, Dominique (2003), «Extension du domaine de la psy» in *Les dossiers de l'audiovisuel*, N° 111 Septembre/Octobre 2003: Psy et médias sont-ils compatibles?
- Mehl, Dominique (1996), *La télévision de l'intimité*, Paris, Seuil.
- Mesquita, Mário (2004), *O Quarto Equívoco*, Coimbra, Minerva Coimbra.
- Tisseron, Serge (2003), «De l'intimité à l'extimité» in *Les dossiers de l'audiovisuel*, N° 111 Septembre/Octobre 2003: Psy et médias sont-ils compatibles?
- Tisseron, Serge (2002), *L'Intimité surexposée*, Paris, Ramsay 2001, rééd. Hachette Littérature.



## O PALCO JUDICIÁRIO E A EMOÇÃO MEDIÁTICA

### Introdução<sup>1</sup>

Era nossa intenção fazer uma breve reflexão sobre um dos temas ultimamente mais debatidos na sociedade portuguesa: *Justiça e Comunicação social*, aproveitando a semana de reabertura dos tribunais e a sua cobertura nos espaços informativos dos principais canais de televisão – RTP, SIC e TVI – quando dias antes ocorre o atentado de 11 de Setembro.

Tudo, – factos, circunstâncias, sensações, tudo se alterou. A imprevisibilidade, a emoção, o dramatismo, e muito mais com que o investigador não contava, condicionou a cobertura noticiosa e, logo, a recolha de elementos.

Um factor tido em conta foi o modo como o fenómeno concorrencial surgido em 1993 na televisão portuguesa, fruto da abertura aos operadores privados, SIC e TVI, se manifesta nos noticiários.

Se, por um lado, a concorrência traz a diversidade e a pluralidade de opiniões e, consequentemente, uma melhoria do sistema de informação, por outro, surge a competição sem limites ou regras, pela guerra de audiências, violentando padrões éticos.

Neste contexto, assistimos à subida dos «fait-divers» ao noticiário; assuntos correntes e com impacto junto da sociedade, embora não representem qualquer interesse público. O desenvolvimento económico, a integração europeia, para exemplificar, são secundarizados face a fenómenos socialmente irrelevantes.

<sup>1</sup> Este estudo tem como base o trabalho final de pós-graduação em jornalismo judiciário (2000/2001), orientado pelo Dr. Mário Mesquita, Director Pedagógico do referido curso, e defendido em Dezembro de 2002 na Universidade Lusófona.

Como refere Gérard Leblanc, «a dramatização da actualidade é uma das componentes essenciais da história da informação de massa, e nomeadamente da história dos jornais televisivos». <sup>2</sup>

Os acontecimentos existem na medida em que os media os constroem, «transformam em actos aquilo que poderia ser apenas palavra no ar (...)» <sup>3</sup> relevando os efeitos e menosprezando a análise das suas causas. «Os telejornais (...) *informam muitas coisas sem aprofundar nada*» <sup>4</sup>. Diria que aprofundam demais o que não interessa.

Usando de alguma ironia, Postman diz a este respeito que «*A news show (...) is a format for entertainment, not for education, reflection or catharsis*». <sup>5</sup>

Até que ponto isto é assim na nossa televisão? Será que a informação se converteu em espectáculo; ou o espectáculo é que é, agora, informação?

## CAPÍTULO I

### Justiça transformada em *fait divers*?

Seleccionadas as notícias mais significativas sobre justiça emitidas pelos referidos canais, ao longo da semana de reabertura dos tribunais (de 17 a 22/09/2001), constatámos, nalguns casos, o tratamento exploratório dos sujeitos a nível emocional, noutros, uma abordagem demasiado institucionalizada que pouco interessava ao público, até ao momento em que a «notícia costumeira» se transformou em «notícia sensação».

### Droga nos pneus (RTP)

*A peça mostra como foi apreendida droga pela Polícia Judiciária (P.J.), através de uma demonstração com a exibição dos pneus onde aquela se encontrava. Estão ainda expostos de forma cuidada outros objectos de valor, bem como dinheiro.*

A mensagem que passa através da entrevista concedida a um elemento do gabinete de relações públicas da P.J., – a própria fonte da informação –, atesta nitidamente a marca oficiosa da notícia.

Poderíamos dizer que há uma encenação com pouco espaço para o jornalismo: os vários objectos apreendidos estão expostos de forma algo artística, salientando-se os mais valiosos, para justificar a importância noticiosa e o invulgar volume da apreensão com a consequente valorização da actuação da P.J.

Ainda que consideremos, em parte, tal encenação justificada, já que a forma de ocultação da droga se revestia de carácter inédito para a P.J., cenários repetitivos como este, podem levar a uma atitude de indiferença do telespectador, susceptível de contribuir para descredibilizar a imagem da própria Polícia.

<sup>2</sup> G. Leblanc, «*A actualidade trágica*», in Revista de Comunicação e Linguagens, nº9, Maio de 1989, citado por F. Cádima, *O Fenómeno televisivo*, Círculo de Leitores, Lisboa, 1995, p. 138.

<sup>3</sup> Pierre Nora, «*O regresso do acontecimento*», Fazer História!1, Bertrand, Lisboa, 1977, citado por F. Cádima, op. cit., p. 122.

<sup>4</sup> F. Porcello, «*Comunicação, discurso e mito: no ar o show de notícias. Os telejornais mostram a vida como ela não é*», Mídia, Imprensa e as NovasTecnologias, EDIPUCRS, Porto Alegre, 2002, p. 110.

<sup>5</sup> Neil Postman, *Amusing ourselves to death*, Penguin books, U.S.A., 1985, pp. 87-88.

## Polícia de Elvas (TVI)

*São entrevistadas várias pessoas à porta do Tribunal Judicial de Elvas, a propósito do julgamento de um agente da PSP., acusado do homicídio de um colega.*

Nesta peça, é dado relevo à «vox populi», aproveitando o ambiente de exaltação que se vive «à boca» de um julgamento que envolve a morte de alguém.

Uma das entrevistadas, utiliza expressões como «a gente espera que ele fique lá dentro o mais tempo possível, se possível p'ro resto da vida», que alertam para o fenómeno da «emocionalização do próprio cidadão.»<sup>6</sup> Garapon chama a atenção para o facto de os *media*, permitindo o acesso à informação pelo público em geral, incorrerem numa confusão entre auditórios, perigosa, no seu ponto de vista, por «dar uma primazia excessiva à emoção e à ignorância».<sup>7</sup>

## Hospital acusado de negligência (SIC)

*As imagens são do interior de um quarto onde se encontra uma rapariga acamada – Paula Alexandra –, acompanhada da mãe. Esta é entrevistada pelo jornalista sobre o julgamento que opõe a família da Paula aos Hospitais da Universidade de Coimbra.*

Trata-se de uma notícia com recurso à entrevista em directo, opção justificada pelo interesse que o caso reveste, apesar de o processo já decorrer há vários anos. O cenário montado é constrangedor e explora a situação em que se encontra a Paula: inerte, apenas pestanejando, sorri inocentemente, – o ouvido é o único sentido activo – enquanto a mãe, mastigando pastilha elástica, vai respondendo às perguntas. Subscrevemos, mais uma vez, as palavras do já citado autor francês – «a única relação concebível através dos *media* é a da compaixão. A pena já só surge sob a forma de sofrimento.» Afinal de contas, continua, «a imagem dirige-se mais aos sentidos do que à inteligência».<sup>8</sup>

## Artifícios fraudulentos de adivinhação (SIC)

*Um elemento da Polícia Judiciária (P.J.) explica a actuação dos «adivinhos», ao mesmo tempo que são mostrados os inúmeros objectos deixados pelas pessoas que a eles recorriam.*

Mais uma vez, a fonte de informação é a própria P.J. mas há uma clara diferença entre este caso e o da droga apreendida nos pneus pois desaparece a multidão de profissionais da comunicação (ou, pelo menos, não são visíveis).

Acresce que esta notícia, para além de informar, alerta para a possibilidade de se verificarem situações idênticas, servindo de prevenção.

<sup>6</sup> A Garapon, *Bem julgar, ensaio sobre o ritual judiciário*, Instituto Piaget, Lisboa, 1999, p. 281.

<sup>7</sup> A. Garapon, *op.cit.*, p. 280.

<sup>8</sup> *Ibid.* pp. 282 e 274.

## Fraude na Segurança Social (SIC)

*Relata-se a forma como um funcionário daquele Centro Regional de Segurança Social terá actuado. Faz-se referência a casos anteriores ocorridos no mesmo centro.*

Recorre-se, mais uma vez, à entrevista, desta vez, a um Inspector-Geral do Trabalho.

Parece-nos inoportuna a referência à possível emissão do mandado de captura, por poder prejudicar o seu cumprimento.

## Jovem electrocutado (TVI)

*Toda a peça decorre à volta do julgamento de Ruben Cunha, com imagens do interior da sala de audiências e de outros espaços do Tribunal. São interpelados os pais do jovem e os advogados de ambas as partes.*

*Já no estúdio, a mãe do jovem é entrevistada.*

Ao introduzir a peça, a jornalista emprega a palavra «rapazinho», alimentando, desde logo, quase sem darmos conta, uma atitude de simpatia no espectador.

Embora tenha sido feita referência aos dois anos e meio de prisão com pena suspensa, em que incorre o único arguido do processo – o funcionário da empresa que gere os semáforos– teria sido útil explicar do que se trata<sup>9</sup>. Já na peça, a propósito das declarações da mãe: – «*o nosso filho não está de volta mas onde quer que esteja, está orgulhoso de ter os pais (que tem), (que) lutámos até ao fim*» e «*um filho vale tudo para nós*» – é frequente, nestes processos em que estão em causa indemnizações avultadas por danos morais, surgir uma sensação de desconforto por parte de quem ouve a notícia. O que choca não é reclamar-se a indemnização, – faculdade conferida legalmente –, mas antes, o valor desmesurado que se pede. Afinal, poderia perguntar-se: o montante exigido, ainda que tenha por finalidade a compensação por uma perda irreparável, neste caso de um filho, não será transformado numa forma de enriquecimento?

E, em síntese amarga: Não se procurará transformar uma tragédia pungente num rendoso negócio?

Na entrevista em directo feita à mãe da vítima, assistimos a uma exploração despudorada da dor alheia através do uso de expressões como «*Está com lágrimas nos olhos*»; «*Continuo a vê-la com lágrimas nos olhos*» ou «*Calculo que estes últimos anos tenham sido dolorosos*». A propósito diz-nos Garapon «*...a intimidade é bem mais excitante e perturbadora em termos de audiências do que os processos públicos.*»<sup>10</sup>

## Jovem electrocutado (RTP)

*O cenário é o já descrito anteriormente sendo entrevistado o pai do jovem, não no estúdio, mas na Fundação Ruben Cunha.*

<sup>9</sup> Afinal de contas, é o advogado dos pais da vítima que acaba por explicar na peça – também na da RTP, os pressupostos de aplicação da suspensão da execução da pena de prisão. O tribunal entende, nestes casos, e «atendendo à personalidade do agente, às condições da sua vida, à sua conduta anterior e posterior ao crime e às circunstâncias deste (...) que a simples censura do facto e a ameaça da prisão realizam de forma adequada e suficiente as finalidades da punição.» (artº 50º do C. Penal).

<sup>10</sup> Ibid., p. 279.

Ao contrário da TVI, não se omite o valor global da indemnização (42.000 contos). Ainda que os pais do Ruben só recebam em dinheiro 16.000 contos, já que foram abatidos cerca de 26.000, por via do imóvel cedido pela Câmara Municipal para a Fundação, a verdade é que a indemnização atinge um valor que largamente ultrapassa o que é corrente nos nossos Tribunais tendo em conta que se trata quase exclusivamente de compensar danos morais.

Pergunta-se: Atingiria a indemnização esse valor se não tivesse havido uma tão intensa exploração mediática?

## CAPÍTULO II

### O dia de reabertura dos tribunais: olhares diferentes sobre o mesmo tema

*O recomeço da actividade nos Tribunais após férias é tratado na SIC e na RTP diferentemente. Já a TVI não o aborda.*

#### Jornal da Noite – SIC – 17/09/2001

O *pivot* começa por fazer uma crítica velada ao período excessivo de férias, ao referir-se aos 24.000 processos – entrados num só dia – «acumulados ao longo de dois meses de férias.»

Este número impele-nos a reflectir sobre o problema com o qual se debate o meio judiciário actualmente: cada vez se recorre mais a Tribunal, atribuindo-se-lhe «*uma espécie de missão salvífica e redentora*».<sup>11</sup>

Refere o jornalista que, destes 24.000 processos, 8.000 são penhoras por causa de dívidas. Novas reflexões daqui decorrem: a questão do recurso excessivo ao crédito com o frequente endividamento dos portugueses e a da pressão da publicidade incentivando o consumo excessivo.

Já na peça, verificamos que não está identificada a jornalista, o que tem como consequência a sua desresponsabilização<sup>12</sup> e consequente responsabilidade do editor, levantando problemas, no foro judicial.

São enunciados alguns dos casos mais emblemáticos do ano judicial, começando pelo **Caso UGT**.

*Aparecem os vários intervenientes deste processo, em grupos, à porta da sala de audiências no Tribunal Criminal de Lisboa (Boa-Hora), no dia em que foi marcado, mais uma vez, o julgamento do caso U.G.T. São entrevistadas algumas dessas figuras mediáticas, entre elas o ex-líder daquela Central Sindical, Torres Couto.*

A jornalista utiliza um estilo acutilante ao recorrer a expressões como «*o caso é representativo das demoras que emperram a justiça*»; «*11 anos após o início e depois do julgamento adiado por duas vezes*»; «*as várias interpretações em que se enreda a justiça portuguesa*»; «*O juiz decidirá se o processo será arquivado à semelhança do que já aconteceu com os casos...*» e aproveita para pôr o «dedo na ferida»: a prescrição de vários processos e o seu arquivamento: «Partex»; «Caixa

<sup>11</sup> Artur Costa, «*Publicidade do julgamento penal e direito de comunicar*», in Seminário sobre Comunicação Social e Direitos Individuais, Alta Autoridade para a Comunicação Social, Porto, Junho 1993, p. 44.

<sup>12</sup> «O jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e actos profissionais ...» – nº 5 do Código deontológico do jornalista.

Económica Açoriana». Talvez interessasse saber o que está na base de tais arquivamentos: atrasos em que fase? Nas mãos do M.º Pº?, do Juiz de Instrução?; dos Advogados, o que é o mesmo que dizer, das partes «interessadas» na demora do processo?

Segue-se o **Caso Vale e Azevedo**.

*As imagens recolhidas são de arquivo e referem-se a diferentes fases no decorrer deste processo. A jornalista faz uma síntese do que se passou até ao momento.*

O vaivém de carros, por não haver mais nada interessante, ou por chamar realmente a atenção, é o que mais se destaca, explorando o «espectáculo» das luzes, da velocidade, da curiosidade para ver quem vai lá dentro?

As declarações do arguido – Vale e Azevedo – em entrevista de arquivo, – «...*estou indignado com o linchamento público a que tenho sido sujeito...*», reflectem o que sucede não poucas vezes: o público, – frequentemente pela mão dos *media* –, toma o lugar do juiz e substitui-se a este no veredicto, violando um princípio basilar de direito penal, o da presunção de inocência do arguido (artº 32º da C.R.P.; nº 7 do Código deontológico do jornalista e artº14º c) do Estatuto do Jornalista).

A aplicação da medida de coacção «obrigação de permanência na habitação», a que se chama mais vulgarmente «prisão domiciliária», veio lançar um debate na sociedade civil – prisão domiciliária: *prisão dourada?*

### **Sobre o Caso Moderna**

*As imagens são igualmente de arquivo e incidem, sobretudo, nas figuras do advogado Ricardo Sá Fernandes e da juíza Conceição Oliveira, sendo aquele entrevistado.*

Diz-se na peça: «*o processo torna-se ainda mais mediático com sucessivos recursos interpostos pelo advogado Ricardo Sá Fernandes...*»; «*as divergências sobem de tom...*»; «*...o último episódio destas incompatibilidades...*»

Vemos que a montagem empola o duelo Ricardo Sá Fernandes (advogado)/Conceição Oliveira (juiz).

### **Caso Ruben Cunha**

*Aparecem os semáforos onde se verificou a electrocução; os pais do Ruben em conferência de imprensa e algumas cenas que antecedem uma sessão em Tribunal.*

Continuam na senda do que foi dito a propósito do caso UGT, as expressões a propósito dos atrasos da justiça portuguesa.

«*o julgamento arrastou-se a conta-gotas durante dois meses*»; «*o inquérito durou quase dois anos*»; «*uma morte que chegou a ter o carimbo «arquite-se!»*».

### **Tomada de posse do Director do Centro de Estudos Judiciários**

O próprio pivot tece comentários quanto a esta nomeação: «*vista como um abanão numa escola que tem seguido um modelo de ensino considerado formalista*» e que vem dar «*um novo*

*dinamismo à formação dos magistrados.»* Chama inclusive à colação a opinião do sociólogo Boaventura Sousa Santos que acha a escola de juizes «demasiado rígida e antiquada». Há uma clara distinção entre notícia e opinião, como bem prevê o nº 1 do Código deontológico do jornalista.<sup>13</sup>

## Telejornal – RTP – 17/09/2001

De início muito solene, de acordo com o texto e a circunstância; a jornalista introduz a peça, transmitindo o tom de conflito entre as duas partes envolvidas: Sindicato dos Funcionários Judiciais e Ministro da Justiça.

*Mostra-se uma espécie de conferência de imprensa em que o presidente do Sindicato dos Funcionários Judiciais revela o seu descontentamento com o Governo (Ministro da Justiça). Este é abordado num outro local e diz que respondeu ao presidente do sindicato por carta.*

O clima de conflitualidade é aguçado pela circunstância de ficamos sem saber por quê o presidente do Sindicato dos Funcionários Judiciais não mostrou a resposta do Ministro aos restantes membros daquele órgão sindical...

Por outro lado, o referido presidente, ao queixar-se da atitude do Ministro, que ele reputa de «desconsideração», aflora o problema da extinção do Conselho dos Oficiais de Justiça, em consequência das decisões do Tribunal Constitucional.<sup>14</sup>

De referir positivamente o terem sido ouvidas ambas as partes no «conflito».

Seguem-se imagens da Tomada de Posse do novo Director do C.E.J. e dos Casos Moderna, Vale e Azevedo e Camarate que não suscitam especiais comentários.

### **Caso Ruben Cunha**

No que respeita à terminologia adequada em direito penal, seria mais correcto dizer relativamente ao arguido «culpabilizado por homicídio involuntário» em vez de «culpabilizado por homicídio por negligência». É que a utilização das expressões «culpabilizado» e «negligência» constitui redundância já que a negligência implica culpa.

## **Análise comparativa**

A duração dos textos televisivos permite concluir que a SIC dá maior importância às questões relativas à justiça (cerca de 6' contra 3' da RTP), recorrendo várias vezes à entrevista e ao desenvolvimento dos temas.

Há que referir que a notícia ritual (exº C.E.J.) é esmagada pelo conjunto de todos os outros casos.

<sup>13</sup> «(...) A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público».

<sup>14</sup> O acórdão nº 73/2002 do Tribunal Constitucional, declarou inconstitucionais algumas normas do Estatuto dos Oficiais de Justiça na parte em que delas resulte a atribuição ao C.O.J. da competência em matéria disciplinar e de apreciação do mérito dos oficiais de justiça. De referir que anteriormente tinha havido vários acórdãos, mas nenhum com força obrigatória geral, como este.

Quanto aos aspectos técnicos, nomeadamente a terminologia, em geral nada há a objectar já que, de uma grande preocupação com a adequação, objectividade e rigor da linguagem poderia resultar, para o grande público a que se dirige, a opacidade da mensagem.

De referir que rigor na linguagem não se confunde com rigor na notícia: enquanto aquele pode ou não estar presente, este é imprescindível e está consagrado em mais do que um diploma: artº 14º a) do Estatuto do Jornalista, nº1 do Cód. Deontológico do jornalista.

Não basta relatar a verdade dos factos – é preciso relatá-los com verdade. Esta a ideia contida no princípio II da Declaração da UNESCO sobre os *media* (1983): o povo tem direito a uma informação verídica e autêntica através de uma adequação dos factos ao seu contexto, sem distorções, por forma a compreendê-los tão objectivamente quanto possível.

Postman defende que a verdade deve aparecer «(...)in its proper clothing (...)»<sup>15</sup> (contextualizada, portanto), sob pena de não ser reconhecida. Acresce que, falar em rigor em Televisão ou na Imprensa é diferente. Enquanto que «*The written word endures, the spoken word disappears; and that is why writing is closer to the truth than speaking.*»<sup>16</sup>

Tanto num documento, como noutra, há exclusividade de notícias: a RTP é a única a referir o caso *Sindicato dos Funcionários Judiciais* e o caso *Camarate*, enquanto a SIC também noticia isoladamente o caso *UGT*.

De referir que a TVI não noticiou a reabertura dos tribunais, o que evidencia uma diferente opção editorial.

Não esquecendo embora o contexto temporal em que decorre a recolha do material – semana pós-atacado em Nova Iorque – que condicionou totalmente o alinhamento dos vários serviços noticiosos, esta é uma análise comparativa que obedece aos mesmos parâmetros, e portanto, a conclusão a que se chega é que a TVI privilegiou outras notícias, deixando de lado o tema Justiça.

### CAPÍTULO III

*Fizemos uma análise mais aprofundada de um caso de maior duração de entre os focados na referida semana.*

*Fábio, de 13 anos, é o protagonista. Depois de alegadamente ter sofrido maus tratos por parte do pai, esteve em colégios de reinserção social de onde fugiu. É suspeito de ter violado a irmã de 8 anos. Aguarda uma decisão do Tribunal de Família e Menores de Sintra.*

Nesta peça de cerca de 5 minutos, a jornalista Ana Leal pretende, através do próprio menor, «fazer um apelo à justiça!» É este o mote repetido ao longo da peça, e até na introdução feita pela pivot.

Apelar à justiça! Ora, o acesso ao direito e aos tribunais para defesa de direitos e interesses legalmente protegidos, é um direito reconhecido pela Lei Fundamental do Estado Português a todos os cidadãos (artº20º, nº1 da C.R.P.). Logo, este direito também assiste ao Fábio! Mas será esta a forma mais correcta de reclamar justiça?

As repetidas acusações de que «o Tribunal se remeteu a um profundo silêncio», por um lado, e o desafio provocatório para que cumpra o seu papel de ajudar, por outro, são sinais de que parece persistir nalguns meios de comunicação social uma noção pouco clara do papel dos Tribunais.

<sup>15</sup> N. Postman, in op. cit., p. 22.

<sup>16</sup> Ibidem, p. 21.

Contrariamente ao que é reclamado na peça, não cabe ao juiz falar dos processos na «praça pública», precisamente para salvaguarda do interesse do menor.

Trata-se de matérias de especial melindre que não se integrando, em rigor, no chamado segredo de justiça – pois este tem a ver com o processo penal propriamente dito – reclamam uma natural e rigorosa reserva para protecção da intimidade da vida privada, (artº 26º, nº 1 da C.R.P., artº 80º, nº 1 do Cód. Civil e 14º g) do Estatuto dos Jornalistas) – e mais imperiosa quando se trata de menores.

No plano das imagens, o enquadramento do Fábio, com um palhaço a ocultá-lo, contrasta com a criança triste e revoltada que terá passado por momentos difíceis. Sabe-se que os colégios de reinserção social dificilmente conseguem apagar as histórias complicadas daqueles que os frequentam. No entanto, aquilo que conta acerca dos colégios por onde passou, – se corresponde à verdade, – é grave e convida os seus responsáveis a tomar medidas que evitem tais situações.

Apesar da descrição do passado do Fábio, em que são mencionados os maus-tratos do próprio pai e em colégios, não se percebe onde afinal vive a criança e com quem. Apenas se revela que existe uma irmã de 8 anos, aparentemente a viver na mesma casa. Esta parece oferecer conforto e o rapaz aparece a brincar com jogos próprios da sua idade.

É a propósito da irmã que se faz referência à faceta de «alegado agressor», pois Fábio é suspeito de a ter violado, o que ele nega. Confrontado com a pergunta sobre se *já lhe fez alguma vez mal*, vê-se que percebe o alcance respondendo que «nunca», *que bater, já lhe bateu*.

As respostas de Fábio, ora nos mostram um rapaz quase adulto, com conhecimento de expressões não muito comuns – como a acima referida –, ora uma criança inconstante, com respostas e sentimentos tipicamente infantis. Sobre o que sente pela irmã, diz *«às vezes gosto, e às vezes não gosto»* e refere que lhe bate porque ela lhe faz ciúmes. A conclusão que se pode tirar é a que a experiência da vida nos dá: o Fábio é um adolescente que tem a sua personalidade em construção, com reacções de criança, e outras de jovem, quase adulto.

A propósito, seria oportuna a análise de alguém com conhecimentos e experiência em casos semelhantes – um perito (sociólogo, psicólogo ou jurista) – o que decerto enriqueceria a peça e diminuiria a margem de especulação e incerteza.

Quanto ao desempenho da jornalista, cabe questionar se não estaremos perante um exemplo claro de exploração numa situação que, por si só, impunha uma maior reserva. Há uma clara violação de elementares regras de ética e deontologia profissional, para já não falar do simples bom senso ao confrontar-se, directamente, um menor, com – não obstante o tom enviesado da pergunta – a acusação de que violou a irmã.

Outros reparos há a fazer, nomeadamente, quanto a determinadas conclusões que tira – «um passado de violência que o poderá ter transformado num alegado agressor»–, e quanto à forma como formula certas perguntas – «Por que é que não gostas da tua irmã?». Num caso, como noutro, o telespectador, sem dar conta, é levado a concluir o que a jornalista pretende. Trata-se daquilo a que Thomas Patterson apelida de *«jornalismo interpretativo»*, em que *«factos e interpretação são livremente misturados nas reportagens e nas notícias. O estilo descritivo atribui ao jornalista o papel de repórter. O estilo interpretativo pede ao jornalista para agir também como analista.»* E *«(...) dá poder aos jornalistas ao dar-lhes mais controlo sobre as mensagens noticiosas.»*<sup>17</sup> Acresce que, embora não seja mostrado o rosto do menor, não é difícil identificá-lo, ainda que indirectamente, pois

<sup>15</sup> Thomas E. Patterson, in *«Serão os Media Noticiosos actores políticos eficazes?»*, Seminário Internacional «Media, Jornalismo e Democracia, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, 14 e 15 de Março de 2000.

é feita uma montagem da cena final aparecendo ele por detrás da jornalista agarrado a uma senhora, muito provavelmente à porta de casa. Assim se viola um dos deveres fundamentais do jornalista (artº 14º d) do Estatuto do Jornalista – Lei nº 1/99, de 13 de Janeiro). Infelizmente, cenas destas são frequentes, fingindo-se cumprir as indicações relativas à protecção da imagem dos menores, já que isso, por si só não é suficiente quando não se tomam precauções relativamente ao que os rodeia: ambiente, familiares, vizinhança, etc...

Se por um lado são muitos os planos de pormenor incidindo no Fábio – mãos, pés, pernas, boca – e na mensagem que ele escreve a vermelho, – «Ajude-me» – constatamos que só os repetidos planos aproximados do palhaço representam mais de metade da duração total da peça, o que transmite a já referida ideia de contraste dramático, entre a criança/jovem triste e o palhaço alegre.

São cada vez mais frequentes peças sobre menores nos órgãos de informação, o que, por um lado, revela a preocupação com as crianças e a intenção de denunciar situações condenáveis, sendo a televisão um desses meios privilegiados. Mas, por outro lado, temos a noção de que o que pode despertar a consciência social, também pode ser alvo de aproveitamento por parte de jornalistas menos escrupulosos. Já ficou claro que tudo o que respeite a menores terá que ser tratado com profissionalismo e no maior respeito pelas regras deontológicas, sob pena de, querendo prestar um favor à sociedade, se enveredar por um caminho perigoso – a intromissão na vida privada de alguém que não sabe proteger-se.

Estas considerações chamam a atenção para o caso que tem ocupado, de modo quase obsessivo, a atenção dos meios de comunicação social.

É a instauração e pendência do processo criminal relativo a abuso sexual de menores, conhecido por **CASO CASA PIA** que envolve esta instituição e determinou já a prisão preventiva de vários indivíduos, alguns deles com larga projecção social.

Os implicados no processo são apontados como autores de crimes de «pedofilia» e, por isso, objecto de um generalizado sentimento de repulsa.

Há desde logo que precisar que a pedofilia não está tipificada como crime pelo nosso Código Penal. É um conceito do foro das psiquiatria – no plano da afectividade – e constitui, simplificada-mente, a atracção sexual mórbida de adultos para com crianças impúberes.

O escândalo foi de imediato aproveitado pelos meios de comunicação social explorando, com honrosas excepções, a mórbida curiosidade popular.

As autoridades judiciárias não têm sido capazes de assegurar o secretismo que um processo de tal melindre impõe pelo que têm vindo a público aspectos e protagonismos que deveriam manter-se reservados.

Tudo com violação do segredo de justiça – uma vez que só agora se encerrou a fase do inquérito – e com gravíssimos danos morais para as pessoas alegadamente implicadas.

Alguns órgãos de comunicação parece estarem a gerir a informação sobre o processo como se de um folhetim se tratasse alimentando no público um crescendo de curiosidade doentia.

Para além de um excesso de sofreguidão de alguns órgãos de comunicação social, não pode deixar de assinalar-se, negativamente, a falta de cuidado com que os operadores judiciários com responsabilidade no processo consentem naquela fugas de informação.

Isso e a flagrante falta de sensibilidade para evitar a exposição pública dos arguidos a situações humilhantes, tem causado graves e dificilmente reparáveis danos para a imagem da justiça.

## Conclusão

Já vimos que, em alguns dos casos analisados, o jornalista abdicou do rigor em prol do sensacionalismo. A propósito diz-nos Artur Costa «...o repórter tem de conduzir-se com a máxima isenção e objectividade, não deturpando a verdade dos factos, não os empolando sensaciona-listicamente, não se antecipando à decisão do tribunal, (...) não suscitando os ânimos contra magistrados, advogados, sujeitos processuais, etc. Em suma, deve respeitar a independência, imparcialidade e serenidade do tribunal e a dignidade das pessoas.»<sup>18</sup>

Nem sempre isto acontece, o que em parte se deve à natureza específica do meio de comunicação Televisão, que pode ter até efeitos perversos sobre intervenientes e espectadores. O mesmo autor explica o fenómeno desta forma: «A potência comunicativa da televisão, associando imagem, movimento, som, expressão verbal, aliada à estrutura dramática do processo penal, com a tendência para seleccionar os factos de maior impacto e eliminar os de menor interesse em termos de espectáculo, pode dar uma ideia falseada da representação da justiça, em detrimento da sua auto-nomia, independência e imparcialidade.»<sup>19</sup>

Quanto à «formação» a Justiça sempre tem e terá um papel fundamental. E a forma como é tratada, depende de múltiplos factores, nomeadamente, da política e, claro, do circunstancialismo do momento.

Assim aconteceu. O atentado de 11 de Setembro conduziu à escassez de notícias sobre justiça, e à exaustão no que a ele se referia. Ser bem informado passa também pelo equilíbrio quantitativo, sob pena de nos recusarmos a abrir o televisor, na tentativa de fugir a mais uma «novela», desta feita, real.

Ocorre-nos perguntar: que interesses serve o jornalista? O interesse público; o próprio, o do órgão de informação; ou o do grupo económico que o domina?

O que é isso de interesse público? Como se afere? Maria da Glória Rebelo defende que será «facto noticiável de interesse público» todo aquele que permite a formação de um sentido crítico nos cidadãos na apreciação dos mesmos, o que supõe um exercício mais efectivo dos direitos, e um melhor sentido das obrigações para com a sociedade.»<sup>20</sup>

E a propósito de sentido crítico levanta-se a eterna questão, com as devidas adaptações: o público que temos é o responsável pela programação/informação que lhe é apresentada? Tem sentido a afirmação por parte dos responsáveis: «Dá-se ao público o que ele quer»? Ou não lhe resta outra alternativa senão a de acomodar-se ao que há, ainda que não goste, numa atitude comum nos nossos dias, de indiferentismo, de «tanto faz»? Correndo o risco de passarmos por ingénuos, pensamos que vale mais ter menos público mas mais culto, ainda que assim não pensem os «senhores das audiências», interessados em agradar à maioria, optando por nivelar por baixo.

É nesta linha que, mais uma vez, se explica o fenómeno da ascensão dos «fait-divers» aos noticiários. Já no século XIX os jornais formavam uma imprensa de opinião mais do que de informação. Acreditava-se mesmo ser possível *interessar* ao mesmo tempo as *gentes do mundo e das letras e os operários* – a chamada *imprensa* para todos.

Neste sentido, poderá falar-se, no presente, em Televisão para todos?

Novamente de uma forma irónica, o já nosso conhecido Postman diz que «*Television does not extend or amplify literate culture. It attacks it.*» E deixa no ar algumas perguntas que servem para

<sup>18</sup> Artur Costa, op.cit., p. 56.

<sup>19</sup> Ibidem, p.60.

<sup>20</sup> Maria da Glória C. Rebelo, «*A Responsabilidade Civil pela Informação Transmitida pela Televisão*», Lex, Lisboa, 1999, p. 41.

nossa reflexão: «*What is television? What kinds of conversations does it permit? What are the intellectual tendencies it encourages? What sort of cultures does it produce?*»<sup>21</sup>

Quanto ao jornalista, o seu papel de informar é insubstituível. Reconhecendo as limitações da sua profissão, fica melhor servido o interesse público e está a contribuir para o enriquecimento pessoal do informado, para o desenvolvimento pleno da cidadania. É que, afinal, antes de ser jornalista, ele também é, deve ser, cidadão!

Neste sentido, João Carlos Correia fala nas vantagens que representaria o acesso dos profissionais da comunicação «*a uma formação que lhes permitisse ter uma consciência crítica sobre a utilização que fazem dos instrumentos que utilizam e do poder que exercem*». <sup>22</sup>

Não deve esquecer-se que o poder económico tende a sobrepor-se ao interesse público com vista à conquista do mercado. Lado a lado com grandes grupos de comunicação, alguns deles detentores de canais privados de televisão, cabe ao Estado a difícil tarefa de procurar preservar o modelo de serviço público – um serviço que reúne interesses culturais, políticos e sociais mais vastos, no interesse do público em geral – sem enveredar pela estratégia concorrencial daqueles grupos económicos.

Por outro lado, e já no que se refere ao interesse político, no sentido partidário, verificamos que ele perpassa no modo como a informação é tratada (sem que muitas vezes o jornalista disso se aperceba).

Do material analisado e dos vários autores citados pode, em síntese final, afirmar-se, em registo caricatural, que o mundo da justiça parece ter a pretensão de domesticar a comunicação social, de modo a que o tratamento dos acontecimentos fique reduzido a pouco mais que as dimensões duma acta relatando, com mais ou menos pormenor, os actos e situações.

Por sua vez, a comunicação social, predominantemente os *media* do audiovisual, e dentro do mesmo registo, tendem a dramatizar os acontecimentos investindo fortemente nos aspectos emocionais por forma a cativar e prender o máximo possível de audiência.

Ora, é evidente que, reportando-nos agora ao cenário mais cobiçado pelos *media* – julgamento de situações com forte impacto social, – ao acto de julgar, para salvaguarda da necessária serenidade e objectividade, é indispensável um adequado distanciamento espacial e temporal.

De outro modo seria inevitável o envolvimento de todos os participantes num dramático clima emocional que, necessariamente, prejudicaria o equilíbrio das decisões.

Mas não pode pretender-se que o jornalista se satisfaça com a mera recepção, para posterior divulgação, de elementos que as autoridades lhe facultem.

De facto não pode ser-lhe recusado o direito de, de acordo com as diferentes perspectivas que as situações propiciem, dar aos acontecimentos o tratamento informativo que entenda, tendo como certo que ninguém é detentor da verdade absoluta: há sempre, pelo menos, dois modos de encará-la.

O justo equilíbrio entre estas diferentes tensões depende, fundamentalmente, de uma postura equilibrada dos representantes das realidades em confronto.

Esta dificilmente será imposta do exterior mas – tenhamos a esperança – há-de resultar, mais tarde ou mais cedo, da crescente maturação cívica dos profissionais do foro e da comunicação social.

Assim se poderá preservar o espaço próprio para a administração da justiça – o palco judiciário como diz Garapon – defendendo-o da intolerável pressão de climas emocionais potenciados por um excessivo, e às vezes sufocante, acompanhamento mediático.

<sup>21</sup> N. Postman, op. cit., p. 84.

<sup>22</sup> João Carlos Correia, «*O poder do jornalismo e a Mediatização do Espaço Público*», Revista de Comunicação e Linguagens, nº 27, Fevereiro de 2000.

## O ECRÃ NO LUGAR DO JUIZ — OU A REPRESENTAÇÃO DA JUSTIÇA NO CINEMA DE FRITZ LANG

"O ecrã vai ocupar o lugar do juiz e é nele que vemos a peça de acusação mais irrefutável do que quaisquer palavras (...)"

*João Bénard da Costa* \* (sobre *Fúria*)

A representação de salas de tribunal ocorre com frequência no cinema da Fritz Lang, em especial na fase americana da sua obra. Tribunal e justiça não são, contudo, sinónimos na cinematografia de Lang. O ritual do tribunal não garante a descoberta da verdade. O depoimento das testemunhas, a argumentação dos advogados e acusadores públicos e as sentenças dos juízes e dos júris nem sempre conseguem sobrepor-se às «multidões solitárias» (para recorrer à terminologia de Riesman) desejosas de encontrar «bodes expiatórios» para os seus próprio sentimentos de insegurança.

A biógrafa mais célebre do cineasta, Lotte Eisner, informa a este respeito que Lang desenvolveu aturado esforço de documentação acerca do sistema judiciário norte-americano, a fim de compreender a sua diferença do europeu. O cineasta assistiu a «inúmeras audiências» e interrogou diversos especialistas. À semelhança de um antropólogo no terreno, observou directamente os tribunais com vista a captar as principais dimensões do seu funcionamento: o ritual e a argumentação (Eisner, 1988, p. 205)<sup>1</sup>.

As cenas de tribunal de *Fúria* (Fury, 1935-36)<sup>2</sup> mostram as insuficiências do aparelho

\* João Bénard da Costa, «1936 – Fury/Fúria», in António Rodrigues et alia, *As Folhas da Cinemateca – Fritz Lang*, Lisboa, Cinemateca Portuguesa, 1996.

<sup>1</sup> Lotte Eisner, in *Fritz Lang*, Paris, Flammarion, 1988, p. 205.

<sup>2</sup> Este artigo baseia-se na comunicação apresentada, após a exibição do filme de Fritz Lang, na Cinemateca Portuguesa, no âmbito de um ciclo de cinema organizado pelo DIAP, a convite da Dr<sup>a</sup>. Francisca Van Dunen.

**Mário Mesquita**

Escola Superior de Comunicação Social /  
Universidade Lusófona de Humanidades e  
Tecnologias

judiciário para assegurar a expressão da consciência individual e a defesa dos direitos da pessoa. As multidões iradas condicionam os tribunais. Os media dominantes na época – o jornalismo cinematográfico, a rádio e os jornais – antecipam o veredicto, embora deixem «fora de campo» eventos decisivos, contribuindo para fazer da sala de audiências um teatro de aparências.

*Fúria* insere-se num tema «languiano» por excelência: o indivíduo indefeso perante a hostilidade ou a indiferença das pessoas que o rodeiam. Em *Fúria*, o «herói» Joe Wilson, representado por Spencer Tracy, começa por ser «vítima» de uma suspeita infundamentada que por pouco não culmina no seu assassinio pela multidão, liderada pelos «notáveis» de uma pequena cidade norte-americana, que não hesita em incendiar a penitenciária a fim de fazer justiça por mãos próprias. Wilson consegue, no entanto, escapar à morte pelo fogo, evadindo-se da cadeia.

Quando os seus perseguidores são julgados e acusados de homicídio voluntário, o «perseguido» veste a pele de «perseguidor». Permanece escondido de modo a alimentar a convicção de que morrera no incêndio da cadeia, vingando-se dos «homens bons» da cidade, sentados no banco dos réus. Wilson-Tracy reaparece no final da audiência, mostrando que, afinal, está vivo. O seu reaparecimento iliba os acusados e o filme termina com um «happy-end» (o beijo de Spencer Tracy à «namorada» Sylvia Sidney), final cor-de-rosa que Lang considera desnecessário e redundante (o encontro dos olhares seria suficiente), mas que lhe foi imposto pelo produtor em nome das dogmáticas reinantes em Hollywood naquela época. Esta trama narrativa pressupõe, naturalmente, um «contrato ficcional» em que o espectador aceita como bons alguns episódios inverosímeis da intriga, designadamente que não tenha sido feita prova em tribunal da (suposta) morte do «herói».

## O ritual judiciário

O ritual dos tribunais desdobra-se em duas vertentes: o processo judicial que garante a eficácia do julgamento; o cerimonial, o vestuário e o comportamento codificado dos diferentes intervenientes de acordo com a respectiva hierarquia conferem à justiça um aura de sagrado. Lang subordina a representação do tribunal aos critérios da criação cinematográfica. O dispositivo cinematográfico «apropria-se» do dispositivo teatral da sala de audiências.

Esse aspecto é visível em alguns fragmentos de *Fúria*, especialmente no conjunto de sequências que se desenrolam na sala de audiências. Lang mostra o seu virtuosismo na gestão do espaço e do tempo no interior do tribunal. Desenvolve a narrativa cinematográfica numa série de velocidades e de tempos. A relação imagem-som coloca em evidência a velocidade do tempo filmico em relação ao tempo da diégese (o lento tempo judiciário) que também se expressa em planos fixos de longa duração. Enquanto o acusador público prossegue o seu longo discurso, que se ouve (por vezes em regime de voz *in*, noutros casos em *off*), funcionando como um sub-narrador, a câmara desloca-se, livremente, percorrendo sucessivamente, numa série de planos de duração muito curta, o banco dos arguidos, de novo o procurador da República (com a assistência em fundo), a assistência no interior do tribunal, o rosto da namorada do réu, o microfone radiofónico colocado dentro do tribunal (a assinalar a mediatização).

A seguir, a câmara sai da sala, para mostrar os prolongamentos mediáticos do julgamento, fora das paredes do tribunal, pondo em evidência os grupos de pessoas que, noutros locais, seguem o processo pela rádio (três planos sucessivos) e o próprio acusado ouvindo igualmente a emissão

radiofónica. De regresso à sala de audiências, enquadra alguns membros do júri e, por fim, devolve-nos o acusador público, a terminar as alegações. É precisamente nesse reencontro com a figura do Procurador da República que nos surge figura do «duplo plano» que permite exprimir a lentidão do tempo judiciário nos termos descritos por Raymond Bellour (autor do conceito): uma «dupla acção no interior de um mesmo quadro, cortada por um tempo morto de maior ou menor duração»<sup>3</sup>. No caso em análise, trata-se de um plano médio, com a câmara fixa, em ligeiro picado, a mostrar-nos, de início o procurador a dirigir-se ao júri, expondo a sua argumentação. Em profundidade de campo, vê-se uma parte da assistência até ao fundo da sala. A seguir à exposição do acusador público, enquanto este retoma o seu lugar, sentado, e o advogado de defesa se levanta para tomar a palavra, há um tempo morto, que marca uma espécie de pausa entre as duas fases do plano. Em seguida a câmara descreve uma panorâmica, da esquerda para a direita, e mostra a outra metade da sala de audiências, vendo-se, então a cabeça do juiz, por detrás e diante dele, na sua secretária os papéis e livros bem ordenados, metaforizando o ideal de justiça e o papel do juiz.

A agilidade da câmara de Fritz Lang mostra que a problemática do processo ultrapassa largamente o espaço fechado do tribunal e prolonga-se num «novo espaço público» que os media antigos (reportámo-nos aos anos 30), como a imprensa, e os novíssimos (rádio e actualidades cinematográficas) estavam a construir. O realizador aponta o contraste entre a retórica dos longos discursos do procurador e a sucessão de plenos fixos (de curta duração) que mostram o rosto, o olhar e as reacções expressivas e gestuais dos acusados, da namorada do acusado, dos radiouvintes, do próprio réu e dos membros do júri. Os movimentos da câmara entre o exterior e o interior do tribunal evidenciam que os media, de certa maneira, alargam o espaço do tribunal. O lugar distanciado que, em teoria, o tribunal deveria constituir é submetido à pressão de elementos exteriores.

## Os binóculos do cinema

As mudanças de plano e os movimentos de câmara decompõem o espaço da sala de audiências, focando as personagens, os grupos e os diferentes centros de interesse. O próprio realizador descreve com clareza a estratégia que aplicou neste caso: «O público do cinema deve ser colocado numa atitude de ver o filme como se assistisse a uma peça de teatro que o espectador gosta de olhar com binóculos para se aproximar e ver os actores e o cenário ao pormenor...(A câmara) deve poder atravessar esse espaço como um curioso que desejasse tomar conhecimento do que se passa em determinado lugar e o inspeccionasse em todos os seus recantos.»<sup>4</sup>

A justiça de Lang não decorre numa torre de marfim imune às pressões circundantes. Pelo contrário, as ligações entre o poder político e a máquina judiciária são sublinhadas quando o governador ameaça paternalmente o procurador, sugerindo-lhe que talvez o a segurança da sua família esteja em causa se ele decidir prosseguir o processo. Apostando na acumulação (quase diríamos, saturação) de pormenores, o narrador fílmico mostra-nos, nessa sequência, sobre a secretária do procurador, a moldura com a fotografia do filho, principal elemento de chantagem emocional usado pelo político.

<sup>3</sup> Raymond Bellour, *L'Analyse du Film*, Paris, Albatros, 1980, p. 69.

<sup>4</sup> Citado por Raymond Bellour, *op. cit.*, p. 72.

A atenção às interações entre as personagens é também visível nessa conversa entre o governador e o procurador. No início do diálogo, o procurador estava sentado e o governador falava de pé com um tom, simultaneamente, paternal, autoritário e irónico, procurando situar o seu interlocutor em posição «complementar»<sup>5</sup> («atenção ao bem estar da sua família!»). Depois, o procurador levanta-se, ergue a voz e restabelece, no plano gestual e argumentativo, as condições de uma «relação simétrica». O processo vai prosseguir.

A argumentação jurídica desenvolve-se, sobretudo, ao nível verbal, mas Fritz Lang recria, igualmente, os olhares, os rostos e os gestos das personagens, em especial aos aspectos não verbais (gesticulação e timbre de voz), correspondentes aos códigos da prática judiciária norte-americana daquela época. A alusão do procurador à presença na sala de um advogado contratado expressamente em Nova Iorque é feita num timbre de voz que traduz, ao mesmo tempo, deferência e ironia, como se fizesse notar que a defesa tinha sentido necessidade de se reforçar com a presença de um jurista proveniente da principal cidade dos Estados Unidos. No plano seguinte revela-nos a reacção do advogado novaiorquino que sorri e inclina a cabeça, em sinal de resposta. Este fragmento incide, no interior da sala, sobre o círculo dos iniciados: advogados, magistrado, juízes...

Os simbolismos são mais raros na obra americana de Lang do que na cinematografia alemã anterior ao exílio, de algum modo integrada na estética pictural e arquitectónica do expressionismo. O próprio Lang adverte contra a tendência de certa crítica para interpretar como símbolos todos os objectos visíveis nos seus filmes, amarrando-o à herança expressionista<sup>6</sup>. Em *Fúria* existe, no entanto, o célebre «insert» dos patos, que metaforizam a conversa de vizinhas e a mediocridade da opinião pública das pequenas cidades de província. Mas afloram, com frequência, resquícios dessa herança de jogos simbólicos presente nos filmes da fase dita «realista». Numa sequência de *A Casa à Beira do Rio* (1949) os óculos do juiz – com uma lente clara e outra escura – correspondem à metáfora de uma justiça semi-cega<sup>7</sup>.

Essa ideia de instituições judiciárias imperfeitas, em que as aparências, os preconceitos e os constrangimentos sociais tornam difícil o julgamento, percorre todos os «filmes judiciais» de Lang, a começar, ainda na fase alemã, por *Matou (M)*, o seu primeiro «filme documentário», rodado em Berlim, em que os gatunos da capital alemã «simulam», numa cave imunda, o «julgamento» de um dos seus (figura interpretada por Peter Lorre), por ter violado e assassinado uma menina, numa espécie de simulacro e paródia da justiça institucional.

## O filme dentro do filme

Seis anos antes de Orson Welles, em «O Mundo a seus pés»<sup>8</sup>, Fritz Lang exerce em *Fúria* aquilo a que Daney chama o «*droit de regard* do cinema sobre os media», neste caso, mostrando os jogos

<sup>5</sup> Paul Watzlawick e os psicólogos de Palo Alto distinguem a «interacção simétrica» da «interacção complementar». A interacção caracteriza-se «pela igualdade e minimização da diferença, enquanto a interacção complementar se baseia na maximização da diferença». Cf. Paul Watzlawick et alii, *Une logique de la communication*, Paris, Seuil (Points), 1979, p. 65 e *passim*.

<sup>6</sup> Fritz Lang, «La nuit viennoise», *Les Cahiers du Cinéma*, n.º 169, Agosto de 1965, citado por Michel Marie, *M le Maudit*, Paris, Nathan, 1989, pp. 99-100.

<sup>7</sup> Em linguagem metziana, dir-se-ia «metáfora articulada em sintagma» (Cf. Christian Metz, *Le signifiant imaginaire*, Paris, Christian Bourgois, 1993, p. 227).

<sup>8</sup> Serge Daney, «Devant la recrudescence des vols de sacs à main», Lyon, Aléas Editeur, 1991, pp. 87-88.

perversos entre a imprensa, a rádio e esse «suporte», espécie de antepassado do telejornal, designado por «Actualidades Cinematográficas», que era componente obrigatória, junto com documentários e desenhos animados da parte inicial do espectáculo cinematográfico, a anteceder a longa metragem de ficção. Nos três filmes referidos, Lang põe em evidência a forma implacável como os mundos da política, da economia de mercado, da justiça e dos media se cruzam e influenciam mutuamente.

Isso é particularmente visível, em *Fúria*, na célebre cena da máquina de projectar que faz uma entrada triunfal e misteriosa na sala de audiências, envolta numa cobertura<sup>9</sup>. O filme projectado em tribunal e o seu «efeito de real» vão constituir o principal elemento de prova levado pelo ministério público com vista a demonstrar a culpa das figuras influentes de uma pequena cidade de província no incêndio da prisão, a fim de matarem o «herói», representado por Spencer Tracy, injustamente suspeito de homicídio.

Escreve João Bénard da Costa: «O ecrã vai ocupar o lugar do juiz e é nele que vemos a peça de acusação mais irrefutável do que quaisquer palavras: o *'news-reel'* da noite do linchamento, filme dentro do filme ou televisão dentro do filme, duplicando e desdobrando a imagem, como em tantos outros filmes de Lang, para reforçar a inaniidade do ponto de vista, quer do ponto de vista moral, quer do ponto de vista representativo.»<sup>10</sup>

O mecanismo do «filme dentro do filme» corresponde neste caso a um desdobramento perfeito, visto que o filme em exibição contrói a ficção da sua própria própria construção através de outro filme que, afinal, como nota Metz, não é, nem logicamente poderia ser outro...<sup>11</sup>. As imagens que já havíamos observado no filme primeiro são-nos, agora, devolvidas através do filme segundo, afinal o mesmo. Contudo, o verdadeiro jogo especular envolve os espectadores do enunciado – ou seja, as personagens presentes na sala de audiências – duplamente horrorizados pela imagem que deles mesmos devolve o «jornal cinematográfico» e pelo efeito que poderiam ter na sentença do tribunal.

«Os grandes momentos de Lang são aqueles em que uma personagem se trai», sublinha Deleuze<sup>12</sup>. Em *Fúria*, o ponto decisivo verifica-se no momento da projecção no tribunal, das actualidades cinematográficas, em que as personagens se surpreendem com a sua própria imagem devolvida pelo filme em atitudes contrastantes com os depoimentos prestados sob juramento. Sem se limitar a exercer o seu direito de crítica sobre a administração da justiça no momento em que filma, permite-se fazer igualmente futurologia sobre o funcionamento dos tribunais. Com efeito, em 1936, os tribunais não aceitavam imagens cinematográficas como prova, enquanto hoje cabe ao juiz decidir a aceitação de tal documento. Como sublinha Eisner, «a intuição de Lang parece ter feito escola»<sup>13</sup>.

A figura do cineasta amador (hoje «video amador»<sup>14</sup>) aparece como agenciadora de uma improvisada reportagem, depois incluída num jornal cinematográfico, transformado em prova

<sup>9</sup> Cf., Mário Mesquita, «O droit de regard do cinema sobre os media – Fury (1936), Citizen Kane (1941) e Zelig (1983)», in *O Quarto Equívoco – O Poder do Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra, Minerva-Coimbra, 2004 (2ª edição), pp. 161-170.

<sup>10</sup> João Bénard da Costa, «1936 – Fury/Fúria», in António Rodrigues *et alia*, *As Folhas da Cinemateca – Fritz Lang*, Lisboa, Cinemateca Portuguesa, 1996.

<sup>11</sup> Christian Metz, *L'Enonciation impersonnelle ou le site du film*, Paris, Méridiens Klincksieck, 1991, p.98.

<sup>12</sup> Gilles Deleuze, «Cinéma 2 – L'image-temps», Paris, Minuit, 1985, p. 180.

<sup>13</sup> Lotte Eisner, *op. cit.*, p. 204.

<sup>14</sup> Durante a guerra de Golfo certas pseudo-notícias televisivas (combates na praça central da cidade do Koweit entre iraquianos e resistentes koweitanos que nunca existiram) foram introduzidas nas televisões sob o pretexto de se tratar de videos registados por amadores, quando, na verdade, se tratava de simulacros produzidos, em Washington, pela agência de informações de Michael Deaver, antigo assessor de Ronald Reagan.

incriminadora. Tal como fará mais tarde Orson Welles, ao introduzir o jornal de actualidades «News on the March» na trama narrativa de *Citizen Kane*, este «filme dentro do filme» corresponde a uma contraposição entre o «ficcional» e o «documental», supostamente «objectivo»<sup>15</sup>.

As imagens vão induzir o tribunal num logro: elas mostram quem foram os incendiários da prisão, numa impressionante sequência em que o contraste claro-escuro revela os sinais da fase expressionista, mas deixam «fora de campo» o momento da fuga de Spencer Tracy, pela traseiras da prisão.

A ficção de Lang revela as fragilidades da imagem enquanto «representação do real» e, portanto, instrumento de prova, ao mesmo tempo que põe em evidência os efeitos da mediatização pela imprensa e pela rádio da própria audiência (embora ainda não, naquela época, pelas actualidades cinematográficas, nem pela televisão, ainda inexistente enquanto meio de comunicação social).

Tal como já referimos noutro estudo<sup>16</sup> a apresentação da imagem como logro (seria excessivo dizer «simulacro» nesta situação concreta) é particularmente evidenciada em *Fúria* através da metalinguagem do *filme dentro do filme* que, como Bénard da Costa sugere, antecipa os equívocos da televisão. Mas não é apenas, nem sobretudo, a aceitação da imagem enquanto prova, no plano jurídico, que perpassa por *Fúria* e por outros filmes de Lang. O cineasta antecipa a complexa teia de relações entre a justiça e a comunicação social que se desenvolverá, mais tarde, na era da televisão.

Os filmes de Lang ilustram com propriedade a forma como as instituições da justiça se «oferecem» à articulação com os media. «As actividades da justiça e particularmente o pretório e as formalidades do julgamento – escreve o jurista Cunha Rodrigues<sup>17</sup> reproduzem as características da tragédia grega (unidade de tempo, de lugar e de acção), dando aos órgãos de comunicação social a possibilidade de, com economia de meios, visarem, ao mesmo tempo, a peça (o facto e os seus agentes), os actores (o tribunal e os intervenientes processuais) e o público (a audiência e os circunstantes)». As sequências de *Fúria* mostram, porém, como os media transferem as audiências de tribunal do regime teatral para o cinematográfico e rompem as convenções da unidade de tempo, de lugar e de acção.

## As aparências da justiça

O papel da justiça neste filme inscreve-se no âmbito do tema preferido de Lang: «o combate do indivíduo contra as circunstâncias, o eterno problema dos Gregos antigos, do combate contra os deuses, o combate de Prometeu»<sup>18</sup>. A representação do tribunal, embora não o reduza a um mero reflexo das pressões e constrangimentos políticos e sociais, apresenta como reduzida a sua margem de autonomia.

O cinema de Fritz Lang, designadamente em *Fúria*, descreve o funcionamento dos tribunais com uma metodologia de quase-antropólogo, através da «acumulação de pormenores», ao mesmo tempo que recorre a uma enorme quantidade de recursos técnicos e estilísticos próprios da linguagem

<sup>15</sup> Cf. Ana Lúcia Andrade, *O filme dentro do filme*, Belo Horizonte, Universidade Federal de Minas Gerais, 1999, p. 35.

<sup>16</sup> Mário Mesquita, *ibidem*.

<sup>17</sup> Cunha Rodrigues, *Comunicar e Julgar*, Coimbra, Minerva, 1999, p. 75.

<sup>18</sup> Declaration de Lang, in Jean Domarchi et Jacques Rivette, *ibidem*.

cinematográfica. O próprio Lang definiu bem essa estratégia quando disse que «no cinema, a espontaneidade, como atmosfera, só pode resultar de uma acumulação de detalhes».<sup>19</sup>

Esse «olhar etnológico» concretiza-se através da atenção ao cerimonial judiciário. A câmara está sempre atenta aos gestos e às palavras das personagens, desde os procedimentos ritualizados do juiz, dos advogados, das testemunhas e dos escrivãos, aos pequenos acidentes, aparentemente marginais, que põem em evidência as contradições de uma testemunha ou revelam aspectos do carácter de alguém.

A «reconstrução» dos rituais judiciários por Lang incide igualmente na argumentação judiciária, que se situa «a meio caminho (...) entre a prova que obriga intelectualmente, como na matemática, e o uso sofisticado da linguagem»<sup>20</sup>. A linguagem cinematográfica, com recurso a procedimentos como a montagem alternada, permite mostrar, em simultâneo o valor e a fragilidade do discurso jurídico. Na sala de audiências coexistem os que mentem e os que procuram dizer a verdade, os que querem argumentar com honestidade e os que jogam com sofismas a fim de impor o seu ponto de vista através das artes de agradar e seduzir.

O tribunal interage com a opinião pública. Lang mostra essa interacção a dois níveis, o da multidão, que se manifesta à porta do tribunal, e os públicos mediáticos, constituídos por via da imprensa, da rádio e das actualidades cinematográficas. A sala de audiências integra-se numa rede mais vasta englobando o aparelho de Estado, a opinião pública e meios de comunicação.

«Dir-se-ia que, para Lang, não existe a verdade, mas apenas aparências. O Lang americano transforma-se no cineasta das aparências, das falsas imagens»<sup>21</sup>, escreve Gilles Deleuze. Integradas num contexto social, político e mediático, dominado por estereótipos e preconceitos, as instituições judiciárias dispõem de alguns meios, embora frágeis, para tentar alcançar a justiça. Sem mergulhar num total relativismo, o cineasta mostra a fragilidade dos meios ao alcance do aparelho da justiça.

Esses meios são frágeis, conforme sucede com a argumentação através do uso de argumentos prováveis. Mas o jogo de aparências, de sombras e de luzes, dos tribunais e da opinião pública, das imagens e do escrito, deixa sempre uma hipótese de salvação ao indivíduo. Esta seria talvez a síntese conclusiva a extrair de *Fúria* e de outros filmes judiciários do realizador alemão. Mas seria abusivo transformar o trabalho de etnólogo de Lang, junto dos tribunais americanos numa espécie de «teoria da justiça». Afinal, Lang sugeria sempre aos seus amigos que desconfiassem das «teorias»: «uma teoria, não representa nada para um criador; só serve às pessoas que já estão mortas»<sup>22</sup>.

## Filmografia

**Fúria (Fury)** – Estados Unidos, 1936; real. Fritz Lang; arg. Lang, N.Krasna, B. Cormack; fot. J. Ruttenberg; mus.F. Waxman; dec. C. Gibbons, E. B. Willis e W.A. Horning; mont. F. Sullivan; prod. MGM; intérpretes: Spencer Tracy; Sylvia Sidney; Walter Abel; Bruce Cabot; Edward Ellis.

<sup>19</sup> Lotte H.Eisner, *op. cit.*, p. 182.

<sup>20</sup> Paul Ricoeur, «Le juste entre le légal et le bon», in *Esprit*, nº 174, septembre 1991, p. 20.

<sup>21</sup> Gilles Deleuze, *ibidem*.

<sup>22</sup> Jean Domarchi et Jacques Rivette, *loc. cit.*, p. 8.

## Referências bibliográficas

### Livros

- Andrade, Ana Lúcia (1999), *O filme dentro do filme*, Belo Horizonte, Universidade Federal de Minas Gerais.
- Aumont, J. et Marie, M. (1989), *L'analyse des films*, Paris, Nathan.
- Bazin, André (1985), *Qu'est que le cinéma?*, Paris.
- Bellour, Raymond (1980), *L'analyse du film*, Paris, Albatros.
- Dallenbach, Lucien (1977), *Le récit spéculaire – Essai sur la mise en abyme*, Paris, Seuil.
- Daney, Serge (1988), *Le Salaire du Zappeur*, Paris, Ramsay.
- , (1991), *Devant la recrudescence des vols de sacs à main*, Lyon, Aléas Editeur.
- Deleuze, Gilles (1985), *L'image-temps*, Paris, Minuit.
- Eisner, Lotte (1988), *Fritz Lang*, Paris, Flammarion.
- Gaudreault, André e François Jost (1990), *Le récit cinématographique*, Paris, Nathan.
- Grafe, Frieda, Enno Patalas e Hans Helmut Prinzler (1993), *Fritz Lang*, Lisboa, Livros Horizonte.
- Humphries, Reynold, *Fritz Lang – Cinéaste américain* (1982), Paris, Albatros.
- Metz, Christian (1991), *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*, Paris, Meridiens Klincksieck.
- , (1993), *Le signifiant imaginaire*, Paris, Christian Bourgois.
- Moscovici, Serge (1981), *L'âge des foules*, Bruxelles, Ed. Complexe.
- Riesman, David (1971), *A Multidão Solitária*, São Paulo, Editora Perspectiva.
- Rodrigues, António et al (1996), *As Folhas da Cinemateca – Fritz Lang*, Lisboa, Cinemateca Portuguesa.
- Rodrigues, Cunha (1999), *Comunicar e Julgar*, Coimbra, Minerva.
- Watzlawick, Paul et al (1979), *Une logique de la communication*, Paris, Seuil (Points).

### Artigos

- Bénard da Costa, João (1996.), «1936 – Fury/Fúria», in António Rodrigues et alia, in *As Folhas da Cinemateca – Fritz Lang*, Lisboa, Cinemateca Portuguesa.
- Domanarchi, Jean et Rivette, Jacques (1959.), *Entretien avec Fritz Lang*, *Cahiers du Cinéma*, n° 99, Setembro.
- Mesquita, Mário (2000), «O droit de regard do cinema sobre os media», *Revista de Comunicação e Linguagens*, n° 27, Lisboa, A Regra do Jogo.
- Ricoeur, Paul (1991), «Le juste entre le légal et le bon», in *Esprit*, n° 174, Septembre.

CALEIDOSCÓPIO

**VARIA**

**VARIA**



## Anotações ao livro, *A autoria e o hipertexto* de Noélia da Mata Fernandes

**José Augusto Mourão**

«Mais uma vez pensa  
utilizar  
a escrita  
que sempre lhe serviu  
de laboratório  
e de alquimia».

Maria Gabriela Llansol (*A Restante Vida*, p. 71)

«Terms such as the reader, the student, the literary work...are somewhat misleading, though convenient, fictions. There is no such thing as a generic reader or a generic literary work...The novel or poem or play exists, after all, only in interactions with specific minds. The reading of any work of literature is, of necessity, an individual and unique occurrence involving the mind and emotions of some particular reader.»

(Dewew, 1938)

«What matter who's speaking, someone said,  
what matter who's speaking?»

(Beckett)

1. A explicação de um pensamento só pode fazer-se a dois. A exterioridade do Mestre está em sociedade comigo, é «as-sociação». É a irreversibilidade na relação entre Mim e o Outro que está na posição do Outro e do exterior. Um ponto de vista supõe originariamente um outro ponto de vista, pelo menos, com o qual está em relação. Só um encontro faz advir os pontos de vista na sua diferença respectiva e constitutiva. Aquilo que torna sensível a diferença dos pontos de vista é a diferença, o dispar, o signo. Um ponto de vista só se torna sensível na sua diferença com um outro ponto de vista pelo

menos. É por isso que há discussões em torno dos trabalhos e dos programas de investigação. É por isso que um certo mal estar se instala em nós sempre que escutamos o discurso de alguém com o qual não podemos estar de acordo, por razões diversas<sup>1</sup>.

2. Situamo-nos aqui a um nível em que a comunicação é a ocasião de uma partilha dialógica de um vivido fiduciário que reconhecemos através do sentimento de uma espécie de fusão tímica, fusão que permite instanciar um sujeito da adesão como sujeito poético, logo operador, autónomo em relação a qualquer sujeito transcendental que representa o Discurso social. O encontro aqui é o de uma voz que responde a outra voz, sem sobreposição, sem autoritarismo. Falar é responder a vozes: «any response to an utterance is a meaning of that utterance» (Peckham).
3. Este é o livro que faltava, para responder a várias questões, nomeadamente à questão da criatividade, da escrita, do *Copyright*, da autoria, da narratividade, da leitura. Para uns, com a revolução tecnológica, a escrita pode vir a transformar-se numa relíquia do passado, enquanto a leitura permanecerá. Para outros, nem a leitura resistirá. Dan Sperber sustenta uma outra tese: existe uma assimetria pertinente entre a escrita e a leitura que deveria assegurar a sobrevivência desta última<sup>2</sup>. O livro, na sua forma antiga,

<sup>1</sup> Veja-se a polémica levantada recentemente a propósito do livro de António Manuel Baptista, *O Discurso Pós-Moderno contra a Ciência*, que ataca violentamente o livro *Um Discurso sobre as Ciências* de Boaventura Sousa Santos. Esta polémica reacende o debate conhecido por «guerra das ciências», sem o nomear, porque a guerra aqui é contra a sociologia do conhecimento científico – os sociólogos evitariam falar de «verdade» e de «factos». Como se a sociologia do conhecimento científico tivesse que competir ou substituir o trabalho dos cientistas que estuda.

<sup>2</sup> Dan Sperber, «Vers une lecture sans écriture?», in [www.text-e.org/conf/index.cfm](http://www.text-e.org/conf/index.cfm), p. 1.

colocava já o problema da diferença entre o suporte material – o objecto livro – e a obra como tal: o texto do autor. O livro impresso coloca um problema novo quanto à sua avaliação como obra e como fonte de rendimentos para o seu autor. Isto porque a reprodução mecânica do texto faz dele um produto no mercado. Já não é a actividade do autor que é retribuída, é o objecto livro que pode ser vendido em muitos exemplares. É isso que perturba a situação tradicional do autor.

4. Há questões de que não saímos facilmente. É muito ilustrativa a definição do livro que dá Kant: «Um livro é um escrito (que seja escrito à pena ou em caracteres de imprensa, tenha poucas ou muitas páginas, é aqui indiferente) que representa um discurso (*Rede*) que alguém dirige ao público servindo-se de sinais visíveis da linguagem. Aquele que fala a este público chama-se o *autor* (*auctor*). Aquele que, através de um escrito fala publicamente em nome de um outro (do autor) chama-se o *editor*»<sup>3</sup>. O que é um autor? Kant define-o como alguém que tem uma «propriedade (...) sobre os seus pensamentos». É isso que fundamenta a sua *responsabilidade* relativamente aos seus escritos enquanto que é em seu nome que são dirigidos ao público. O «próprio» é para Kant a minha razão que se torna pública. E de que público se trata? Não se trata de uma massa anódina, mas daqueles que, a propósito duma obra, ao fazerem um juízo sobre o que lhes é submetido, fazem um uso público da sua razão (uso definido em *O que são as Luzes?*). Só um público esclarecido merece esse nome. O *editor* enfim é o «mandatário» do autor. Este mandato não é apenas de ordem comercial, mas está ligado

ao facto que o autor se dirige ao público. Por outras palavras, o editor dirige-se ao público também em nome do autor.

5. O *copyright*, uma instituição do XVII, era primeiro o privilégio do rei, hoje da publicidade. O que não impediu a publicação de livros que vinham de cidades com um nome inexistente nem a edição de versões piratas. A propriedade intelectual é um facto relativamente recente. O *Copyright* é uma parte crucial do processo criativo: «a great deal of creativity would not exist without the protections of the law. Without the law, the incentives to produce creative work would be vastly reduced»<sup>4</sup>. Mas se algum controle é bom, demasiado nem por isso. Richard A. Posner escreveu a propósito: «The absence of copyright protection is, paradoxical as this may seem, a benefit to authors as well as a cost to them»<sup>5</sup>.
6. J. P. Balpe, «engenheiro de textos», autor de *Cent un poèmes du poète aveugle* (1999), considera que se ocupa de uma *literatura inadmissível* porque esta não aceita uma inscrição tradicional no tempo (1997: 82). E a primeira razão é que os seus textos não podem ser relidos ou decorados. São textos desprovidos de memória, que se devem apagar após a leitura, ao contrário da escrita, que visava a permanência e a conservação. Depois porque a própria noção de autor se alterou: o autor é uma espécie de personagem escondido, um decisor, que só pode conhecer a obra à medida que a máquina completa o seu trabalho. A máquina desempenha aqui uma cumplicidade activa: «l'auteur semble avoir un rôle de lecteur critique» (Balpe 1997: 83). A tentação de infinito, a visão da literatura como o infinito da criação habita aquilo a que se chama

<sup>3</sup> E. Kant, *Métaphysique des moeurs. Doctrine du droit*, (1797) Paris Flammarion, 1994, p. 94.

<sup>4</sup> Lawrence Lessig, *op. cit.*, p. 107.

<sup>5</sup> Posner, *Law and Literature*, 391.

agora ciberliteratura ou literatura gerada por computador. Estamos diante da apoteose da ideia neo-dadaísta de que a arte (a literatura) deve ser feita e desfeita por todos?

7. Lawrence Lessig coloca muito argutamente o problema da «criatividade». Há determinados constrangimentos que permitem a criatividade. Foram os constrangimentos da forma clássica que nos deram Mozart e Beethoven. O objectivo não é encontrar um mundo sem constrangimentos mas remover os constrangimentos que podem inibir a inovação<sup>6</sup>. De facto, e do mesmo modo que o sistema de comunicação, a criatividade nas artes antes dos anos setenta era condicionada por constrangimentos que vão do nível físico, ao código e ao conteúdo: «To author, or to create, requires some amount of *content* to begin with, to which the author adds a *creative component*, which, for a few, is then *published and distributed*»<sup>7</sup>. Não se perca de vista que a utopia codificadora que tem o seu expoente máximo em Jeremy Bentham (XVIII-XIX) visa ao mesmo tempo a reforma social e a invenção de uma língua perfeita. O código perfeito a que ele chamava *Pannomion* ou ainda *Complete Body of Legislation* implica a reforma, antes de mais, da língua jurídica. A multiplicidade das línguas e das leis virá baralhar esta utopia, agora substituída por uma outra utopia: a techno-ciência. O modelo dominante do ciberespaço é o de uma versão horizontalmente distribuída e tecnicamente melhorada do *medium* escrito o que impõe constrangimentos àquele que escreve (técnicas interactivas, proximidade das técnicas de paginação e de apresentação) e

exige do leitorado uma renegociação do seu comprometimento na leitura (interactividade, adaptação do *medium*). As regras preponderantes da escrita continuam intocáveis desde que Gutenberg democratizou o analfabetismo. No lado oposto há o modelo do ciberespaço, piramidal. O modelo horizontal, inspirado pela imprensa deixa ao leitor/consumidor a liberdade de escolher como ele gosta de ser informado e em que fonte. Impõe aos redactores e editores a obrigação de fornecer um conteúdo válido, fácil de navegar, de modo a fidelizar um leitorado. Este modelo compromete a dimensão livre e interactiva da escrita e da leitura no ciberespaço, arrastando consigo uma perda de qualidade da relação redactor/leitor e banalizando a qualidade do escrito. Qualquer que seja o modelo, haverá uma incidência sobre a leitura e a escrita.

8. A mecânica textual, o acto de escrita hipertextual arruinou muitas das noções com que se entendia o texto. Desde a noção de fronteira, de coerência, de propriedade intelectual, de autoria, de originalidade, de plágio. «O plágio consentido e até estimulado das redes entra em clara ruptura com o que era tido como uma conquista absoluta, quase sagrada, da sociedade das Luzes», escreve Noélia Fernandes<sup>8</sup>. «Which came first, the intestine or the tapeworm?» Neste epigrama, William Burroughs sugere que o parasitismo – corrupção, plágio – confina de facto com a própria vida<sup>9</sup>.

<sup>6</sup> Lawrence Lessig, *The future of Ideas*, Vintage Books, 2002.

<sup>7</sup> *Ibidem*, p. 104-105.

<sup>8</sup> Noélia da Mata Fernandes, *A Autoria e o Hipertexto*, MinervaCoimbra, 2003, p. 223.

<sup>9</sup> Lise Buranen and Alice M. Roy (ed.) *Perspectives on plagiarism and intellectual property in a postmodern world*, Albany, State University of New York Press, 1999.; A. Robert Harris, *The plagiarism handbook: strategies for preventing, detecting, and dealing with plagiarism*, Los Angeles, CA, Pycrcac Publishing, 2001.

O mesmo acontece com a linguagem. «Language is a virus from other space». A linguagem está para o cérebro como a bicha solitária para os intestinos. «Interiority means intrusion and colonization. Self-identity is ultimately a symptom of parasitic invasion, the expression within me of forces originating from outside». Como «the human virus», a linguagem é um dos mecanismos de reprodução. Não representa, intervém e invade o mundo, apropriando-se dele. Um vírus não tem moral. Em último caso, não sou eu que falo mas o vírus que está em mim. Todos nós temos parasitas dentro do corpo. Shaviro remete para a possessão demoníaca ou vampiresca. Só uma visão idealista da linguagem nos fará dizer que a «Linguagem é a casa do Ser». O vírus (a linguagem) é imperativo e prescritivo: falar é dar ordens. Os nossos corpos respondem com sintomas à infecção da linguagem e às suas ordens. Interpretar será, seguindo esta lógica, reagir a uma afirmação, gerar um sintoma.

9. O novo constrói-se sobre o velho e alimenta-se dele. Apesar do que conota de libertação o prefixo *hiper* em vez de um outro prefixo, *inter*. Muito do que supomos «criativo» é ainda antigo: v.g. a ideia de narrativa, de intriga, de fim. Como dispensar estas ideias? Que fazer do «*cadáver esquisito*» dos *surrealistas*, do *cut up* de Burroughs, da escrita experimental dos anos 70, ou do próprio Ernesto de Sousa que a nossa autora muito justamente cita? A escrita não é apenas uma «arte demonstrativa»: é uma arte de laboratório e de alquimia. Uma arte de ligações. Poderemos imaginar uma leitura sem escrita? Dan Sperber prevê uma sociedade alfabetizada que deixou de escrever, ou antes em que a competência

corporal da escrita foi substituída pelo ditado a uma máquina. É bem possível que isso esteja já a acontecer.

10. «O plágio é necessário, o progresso implica-o», dizia Ducasse. Sabemos que toda a relação de parasitagem é intersubjectiva. Hermes continua a ser o deus dos cruzamentos, o deus que Maxwell transformou em demónio. A mensagem nunca chega invariante nem pura nem estável. As lutas a dois são sempre teatrais: aparência, representação, decoração, moral, divertimento. A partir do momento em que somos dois, somos Já três ou quatro. Para que o diálogo tenha sucesso é necessário um terceiro excluído. S. Jorge em face do dragão. Nós nunca respondemos com sim ou não, entre zero e um, há uma infinidade de valores, logo uma infinidade de respostas. Os matemáticos chamam a este rigor novo leve: subconjuntos leves, topologia leve. A vaguidade só é um defeito para o pensamento rígido, certo e infalível que uma certa mitologia científica ainda cultiva. Nenhum discurso chega a nós sem o véu da persuasão que, mais do que uma simples inferência racional, é uma comunhão num crer. O alocutário tende sempre a partilhar o sistema de crenças do alocutor, desde que este não crie um efeito de escândalo. Só a ideologia cibernética da comunicação procede como se toda a informação passasse de um enunciador a um enunciatário sem atrito, sem nenhuma verdadeira deformação. Ora, a literatura é essencialmente a defesa do atrito, como sustenta garbosamente Silvina R. Lopes<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Silvina Rodrigues Lopes, *Literatura, Defesa do Atrito*, Vendaval, 2003.

Nós citamos todos. Só o autor não cita. E ninguém é verdadeiramente autor. Qualquer insecto é uma singularidade sem identidade (G. Agamben). «L'énoncé est le produit d'un agencement, toujours collectif (...). L'auteur est un sujet d'énonciation, mais pas l'écrivain qui n'est pas un auteur. L'écrivain invente des agencements à partir des agencements qui l'ont inventé, il fait passer une multiplicité dans une autre». Claro, o agenciamento é singular, não encarna numa outra figura individual. O mundo das redes confirma estas redistribuições que enfraquecem, se não aniquilam o estatuto do autor individual. O autor torna-se um nó singular, reduz-se a uma interface entre redes, um agente capaz de potencializar o encontro de linhagens heterogêneas. Cito para não ceder ao autismo e à arrogância de quem se julga o umbigo do mundo. A dialéctica da presa e do presor é tão antiga como o mundo. Citar para mim é uma questão de afinidades. A figura do magister dixit não conhece épocas. Tempo houve em que a voz obedecida era a dos poetas. Passou aos retóricos e depois aos juristas e aos políticos. A figura da citação é a autoridade. Quem reconhecemos como Autoridade (na matéria)?

11. Em crise entrou o conceito de narrativa. A narratividade é uma forma de representação e um modelo cognitivo intemporal e niversal pelo qual damos sentido da existência e da acção humana. Os escritores do século XX não esperaram pelo advento da idade digital para desenvolver formas caleidoscópicas da textualidade. A técnica de «decepar» e rearrumar fisicamente o texto serviu perfeitamente o seu intento. O Novo Romance e a literatura pós-moderna alteram radicalmente as condições da narrativa, pela subversão da intriga, pela introdução de narrativas multivariantes, pela deslocação das personagens, das causas, da clausura, da linearidade e da coerência que acabaram por quebrar os laços do romance com a estrutura narrativa. O hipertexto é uma nova forma de contar histórias, como um

gerador de novas estruturas narrativas: abertas, estilhaçadas, sem altos nem baixos da tensão, multilineares, criadas no momento de ler. Quais as propriedades do media digital que interferem com desenvolvimento da narrativa? Marie-Lauren Ryan, que não distingue a narrativa do jogo de computador, como o faz Espen Aarseth, dá-nos alguns aspectos que me parecem aqui relevantes: antes de mais, a operação iniciada por um algoritmo. Os computadores são máquinas que podem preencher uma variedade de programas através dos quais podem executar uma série de funções. O comportamento de objectos digitais, tais como textos, imagens e som é portanto regulado por um código invisível, as instruções da linguagem-máquina do suporte software. A narratividade é de natureza reactiva e interactiva. Esta propriedade é uma consequência directa do primeiro aspecto em destaque. O código do computador baseia-se em proposições condicionais (se...então) que executam diferentes instruções na dependência do estado do sistema ou do *input* externo. Marie-Lauren Ryan fala de sistema reactivo quando isso corresponde a mudanças no meio ambiente ou a acções não intencionais do utilizador; é interactiva quando o *input* origina uma acção deliberada no utilizador. O último é performativo, que é outra consequência do primeira propriedade. Um texto digital é como as notas musicais ou o *script* de teatro: a sua inscrição escrita é feita para ser executada. Os textos digitais apresentam o mesmo contraste já presente na performance das artes clássicas entre a invariabilidade do *script* e a variabilidade da sua execução<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> Marie-Laure Ryan, «Multivariant Narratives», p. 1.

Porque citamos, afinal? Só o autor não cita. E ninguém é verdadeiramente autor. Qualquer insecto é uma singularidade sem identidade (G. Agamben). Aí vai: «L'énoncé est le produit d'un agencement, toujours collectif (...). L'auteur est un sujet d'énonciation, mais pas l'écrivain qui n'est pas un auteur. L'écrivain invente des agencements à partir des agencements qui l'ont inventé, il fait passer une multiplicité dans une autre». Claro, o agenciamento é singular, não encarna numa outra figura individual. O mundo das redes confirma estas redistribuições que enfraquecem, se não aniquilam o estatuto do autor individual. O autor torna-se um nó singular, reduz-se a uma interface entre redes, um agente capaz de potencializar o encontro de linhagens heterogêneas. Cito para não ceder ao autismo e à arrogância de quem se julga o umbigo do mundo. A dialéctica da presa e do presor é tão antiga como o mundo. Citar para mim é uma questão de afinidades. A figura do magister dixit não conhece épocas. Tempo houve em que a voz obedecida era a dos poetas. Passou aos retóricos e depois aos juristas e aos políticos. A figura da citação é a autoridade. Quem reconhecemos como Autoridade (na matéria)?

12. Como se sabe, e no campo da imagem, a multiplicidade e a animação são factores de iconicidade narrativa. Em qualquer media a mensagem tem uma duração de enunciação que se confunde com a duração de recepção. Philippe Marion introduziu o termo «homocronia» para designar o facto que um media incorpora o tempo da recepção na enunciação das suas mensagens<sup>12</sup>. O fotograma conserva uma certa consistência semântica, mas subverte contudo a fluxo constitutivo da narrativa. Há imagens que circulam dum media a outro fazendo-se eco umas das outras, tecendo desta forma coerências narrativas transversais. Pode-se salvar a coerência textual sob esta forma?

13. O conceito de autor é um conceito seminal, generativo. Helena C. Buescu traçou-nos o esboço desse percurso de uma forma exemplar<sup>13</sup>. Fales-se do outro como princípio composicional da obra, como «encenador», como «potência federativa» (Neefs, 1990: 180). Na mecânica hipertextual o autor tornou-se uma espécie de artesão (*craftsman*, como lhe chama J. D. Bolter), de parceria com escritores, engenheiros, designers gráficos, músicos, etc., invisível<sup>14</sup>. Nós sabemos que toda a relação de parasitagem é intersubjectiva. O «escri-leitor» é uma criatura parasita que ao ler, (re)escreve. A interactividade tornou-se a palavra mágica das artes tecnológicas, mas a iliteracia tecnológica não deixou de crescer. Ao analfabetismo literário junta-se agora uma formação literária informal, exógena à instituição da escola. Cada vez mais Heidegger, a quem a autora desta livro alude para contrariar a nostalgia romântica da linguagem poética, afinal tem razão contra a época que atravessamos. A natureza não fala, como a máquina produz significação, não produz sentido. A significação pertence à tradição lógico-gramatical, assenta no signo; o sentido é retórico e hermenêutico, tendo como objecto os textos orais e escritos. Um signo isolado não tem sentido e um texto não tem significação. A significação resulta de um processo de descontextualização, como é evidente em semântica lexical e em terminologia. O sentido supõe uma contextualização maximal tanto da língua como da situação. Enquanto a significação se define como a identificação de uma relação de representação, o sentido define-se como

<sup>12</sup> Philippe Marion, «Image, Communication et Culture Média-tique», in *Revue d'éthique et de théologie morale* «Le Supplément», n° 224, março 2003, p. 121.

<sup>13</sup> Helena Carvalho Buescu, *Em Busca do Autor Perdido*, Cosmos, 1998.

<sup>14</sup> Christine Brook-Rose, *Invisible author: last essays*, Columbus, Ohio State University Press, 2002.

percurso. E um percurso é um processo dinâmico, que obedece a parâmetros variáveis e segundo situações particulares e as práticas codificadas. O sentido não é dado, resulta do percurso interpretativo regulado por uma prática. A actualização do sentido é de facto uma verdadeira reacção que, no dizer de Bourdieu «contribui para assegurar ao texto e ao seu leitor uma forma de transhistoricidade» que, ao contrário da desrealização associada à eternização pelo comentário académico, tem por efeito torná-los agentes e eficientes», mas a pergunta essencial é esta: «como é que uma tal leitura se distingue da projecção selvagem, fundada em vagas supostas analogias, a que cede tão frequentemente o *lector* (sobretudo quando ele quer brincar ao *auctor* pensando e vivendo a sua leitura como uma segunda “criação”?»<sup>15</sup>. Pode imaginar-se uma «literatura de cyborg», processual, integrando a contribuição de vários intervenientes, humanos e maquínicos, à maneira de J. P. Balpe?

14. M. Serres questiona com muita ironia o conceito de propriedade. «O que é o próprio? O que não é sujo. Mas o que é que não é sujo? O meu próprio. *Stercus suum bene olet*: aqui está o fundamento da propriedade, que a sua própria racha cheire bem. Essa coisa horrível para vós, é minha enquanto que sou eu apenas a não execrá-la nem a ter repugnância por ela»<sup>16</sup>. Em última instância, um escritor torna-se um autor quando a sua obra é publicada. A publicação é um processo controlado pelos editores. São os editores que decidem quem entra na editora. A produção e distribuição de material impresso são uma actividade

inteiramente privatizada. U. Eco diz muito simplesmente: «Eu sou um autor, recebo dinheiro pelos meus direitos de autor».

15. Outra questão, outro problema que pode revolucionar o nosso gosto literário, o problema da crítica: a instauração do «*anything goes*» no campo do gosto. Agustina Bessa Luís não teria mais talento do que Margarida Pinto Correia. Onde está o perigo? Quem filtra o gosto literário na Rede? Os filtros do gosto em literatura dizem respeito apenas a 0,5% da população. Se houver 70% que encontram na Rede um poema ou uma narrativa de que gostam, podemos dizer que os excluídos do gosto literário puderam entrar em contacto com uma ou outra forma da expressão literária. Outra revolução que resulta da devoração ao acaso. Para a leitura, o importante será sempre o modo de atenção, não os dispositivos. Deve-se a Simone Weil uma das mais persuasivas definições da cultura: «*Qu'est-ce que la culture? Formation de l'attention.*» Ora, a «atenção» é definida por esta pensadora como a acuidade particular do olhar, não deixando ela de lembrar que «a atenção verdadeira é um estado de tal modo difícil, de tal modo violento, que qualquer perturbação pessoal da sensibilidade basta para a transformar em obstáculo». A transacção da leitura selectiva, organizada é uma excelente ilustração do conceito de abdução de Peirce – a procura de hipóteses que guiem a selecção de chaves para focalizar a proporção dos aspectos cognitivos e afectivos do sentido a esperar. A formulação triádica de Peirce de «signo», «interpretante», «objecto» reflecte-se no uso do termo texto para designar os signos na página ou no ar na sua capacidade para funcionar na tríada linguística. Antes de podermos falar de sentido ou duma obra, o texto deve ser parte de uma

<sup>15</sup> Pierre Bourdieu, *Méditations Pascaliennes*, Paris, Seuil, 1997, p. 104.

<sup>16</sup> Michel Serres, *Le Parasite*, Paris, Grasset, 1980, p. 190.

tríada em que os signos se referem a «associações mentais», «interpretantes», ligando-os aos seus «objectos». Fica uma questão: como é que o corpo cyborg é condicionado pela sua relação ao espaço e ao tempo que o ciberespaço introduz? K. Hayles dá-nos um princípio de resposta: o texto anuncia a sua diferença em relação ao corpo humano através da ilegibilidade, lembrando-nos que o computador é, também ele, um escritor, e um escritor cujas operações não podemos entender completamente em toda a sua complexidade semiótica. A ilegibilidade não é simplesmente uma omissão de significado, mas um significante de processos cognitivos distribuídos que constroem a leitura enquanto produção activa de um circuito digital e não meramente uma actividade interna do pensamento humano»<sup>17</sup>.

16. O trabalho científico é interminável para quem vive contra o tédio do repouso e que, para sair dele, tem de mendigar o tumulto (Pascal, frag. 136). Não há, na procura do conhecimento, e enquanto erramos nesta terra, «alto assento» de onde apenas alguns «hapy few» contemplem «o baxo trato humano embaraçado» (Os Lusíadas, VI, 99, 3-4). Este era um livro que faltava. Ele aí está, robusto, coerente, bem torneado. As questões navegam, o próprio dos conceitos é deslocarem-se por causa do novo que devem balizar, bem dizer, bem ver. Espero sinceramente que continue a trabalhar o seu campo e que nos dê a ler os seus melhores frutos.

<sup>17</sup> N. Katherine Hayles, *Writing Machines*, Cambridge / London, The MIT Press, 2002, pp. 50-51.

CALEIDOSCÓPIO

**RECENSÕES**

**BECEM?**

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

Carlos Fino, *A Guerra em Directo*, Verbo, Lisboa, 2003

## Carla Baptista

Carlos Fino, jornalista veterano da RTP, confessa neste seu primeiro livro em mais de 30 anos de carreira que se sente, «por vocação, formação e experiência, sobretudo e antes de mais, um repórter – e não um comentador».

É nessa condição de repórter que as três guerras de que trata esta obra – a invasão do Afeganistão pelo exército norte-americano em Novembro de 2001, que levou ao fim do regime *taliban*; o endurecer do clima de guerrilha e insegurança permanente que se vive em Israel e na Palestina desde que, em Março de 2002, os tanques israelitas arrasaram o campo de refugiados de Jenin, vingando um atentado suicida cometido na véspera; e a tomada do Iraque pela coligação liderada pelos Estados Unidos, em Abril de 2003 – são contados.

Carlos Fino, excelente repórter, vive a urgência e a excepcionalidade do momento histórico que testemunha, capta as imagens e os depoimentos que melhor ilustram a percepção desse *aqui e agora*.

Mesmo quando a sua costela *menor* de comentador o puxa para divagações mais ou menos doridas sobre a precariedade e o sentido do trabalho dos jornalistas em situação de conflito armado, ao ponto de ele chamar a um dos capítulos – *Na linha da frente – a ficção da notícia* – essas reflexões nunca abrandam a febre do repórter pelos «vivos», incluindo aqueles onde nada de relevante se passa.

Confinado, durante mais de três semanas, em circunstâncias duríssimas – uma casa precária partilhada com outros jornalistas, condições mínimas de habitabilidade e higiene, uma paisagem desértica, varrida por tempestades de areia e gélidos ventos nocturnos – ao Nordeste do Afeganistão, onde funcionava a

sede administrativa da Aliança do Norte (um exército composto por diversas minorias étnicas hostis aos *taliban*), sem operador de câmara, Carlos Fino foi fazendo directos ao telefone para a RTP, na perfeita consciência de que o verdadeiro teatro de operações se passava a centenas de quilómetros dali, junto a Cabul.

Para já, pensa o repórter nesse lugar perdido e empoeirado chamado Khoja Bahaudin onde as casas são escavadas no chão, as mulheres mostram apenas os olhos e a noite cai como breu, escura e fria – «não se passa grande coisa, mas as redacções querem o tema no ar, cada estação quer mostrar que foi a primeira ou já tem no local o nosso enviado especial ao Afeganistão». Embora se interrogue ironicamente sobre a utilidade dessa prática do directo diário, Carlos Fino nunca deixa de «prestar homenagem, oficial culto a este novo Deus que é a informação em tempo real».

Não desafia as regras impostas por um sistema mediático assente na espectacularização da informação mais do que no seu tratamento, fazendo, por exemplo, como a equipa da televisão estatal finlandesa cuja história tão exemplarmente conta – questionados pelo coordenador belga do centro (improvisado) de telecomunicações montado pela EBU, o consórcio de televisões públicas europeias que assegura os meios de transmissão via satélite, se não desejam marcar directos, os finlandeses respondem, genuinamente espantados: «Há algum desenvolvimento?» Perante a resposta negativa, respondem: «Nesse caso, não queremos. Já filmámos o que queríamos, partimos amanhã».

A segunda parte do livro, que relata a experiência em Israel e nos territórios árabes adjacentes, é um verdadeiro trabalho de reportagem, porque neste caso existia uma relativa liberdade de movimentos, obviamente condicionada pelas restrições impostas pelo exército israelita, mas suficiente para

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

possibilitar o tal relato justo e equilibrado a que os jornalistas estão obrigados.

Carlos Fino e o seu operador de imagem (desta vez, também existia!) esforçam-se por ir a todo o lado: entram na casa das famílias palestinianas e visitam os confortáveis colonatos judeus, assistem a actos religiosos em mesquitas e sinagogas, percorrem as ruas destruídas de Jenin, onde os tanques israelitas, ao contrário do que dizem os seus porta-vozes militares, parecem ter entrado «com a intenção de destruir a propriedade, causar sofrimento, humilhar».

Carlos Fino recolhe o testemunho exemplar de Romeu, um jovem soldado israelita de origem brasileira – «É muito complexo, você não tem como dividir as coisas. A gente, para perseguir os terroristas, entra numa cidade e acaba destruindo ruas, atrapalhando as pessoas que só querem ter uma vida normal. Não tem nenhum soldado aqui, do mais baixo ao mais alto escalão, que não tenha problemas de consciência com o facto de você ter de entrar em casa de pessoas que às vezes não têm nada que ver com a bagunça».

Percebe-se, ao longo das páginas deste livro cheias de relatos emocionantes deste teor que, embora não seja um sentimental, o autor não pode deixar de expressar uma atitude moral, condenatória da própria guerra.

Quando, nos dias que antecederam a conquista de Bagdade, a equipa da RTP testemunhou nas alas de queimados dos hospitais da capital iraquiana, os horrendos efeitos que as toneladas de bombas americanas provocavam na pele, no rosto, nos corpos amputados de centenas de civis, a interrogação do repórter vem cheia de espanto e revolta: «Porquê e para quê?».

Pena é que esses momentos de verdadeiro testemunho passem no livro como incidentes com a mesma relevância que as estórias sobre as refeições que existem ou não existem nos

hotéis-abrigo ou as aventuras, angústias e dores do próprio jornalista para chegar e trabalhar a partir dos locais a que se propõe chegar.

Essa é uma escolha política a fazer, mais do que deformação profissional imposta por anos e anos de participação nessa «tribo» endurecida dos repórteres internacionais, habituados a subornar guardas para passar fronteiras perigosas, a resolver, por vezes, intransponíveis dificuldades técnicas e logísticas, a desembaraçarem-se sozinhos embora mantendo sempre uma atitude solidária que é indispensável à própria sobrevivência.

A terceira e última parte do livro, relativa à invasão do Iraque pelos Estados Unidos, que Carlos Fino acompanhou demoradamente, é justamente aquela em que esse triunfo do directo mais debilidades abre no campo do comentário.

Legitimamente envaidecidos pelo «furo mundial» de terem sido a primeira estação de televisão a dar a notícia dos primeiros bombardeamentos americanos sobre Bagdade, os jornalistas da RTP precipitam-se para o vídeo-fone de forma quase compulsiva. Exemplo disso é o relato feito momentos depois de um míssil disparado por um tanque americano ter atingido o 15º andar do Hotel Palestina, que albergava a maioria dos jornalistas ocidentais, matando dois e ferindo outros três com gravidade. Tendo sentido o impacto da explosão no seu próprio quarto, Carlos Fino pega no telefone e relata esse episódio «quase em directo», antes mesmo de tentar averiguar o que se estava a passar.

A possibilidade de comunicar quase sem limites, a extensão e a frequência dos directos, torna ainda mais premente a necessidade de reflectir sobre os critérios editoriais que presidem à escolha e divulgação da informação. Num mundo investido e espelhado por tantas imagens, muitas falsas e encenadas, não será preferível adoptar filtros de selectividade que, tal como os incómodos colete anti-bala

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

protegem (relativamente) o corpo dos jornalistas, também possam salvaguardar a pertinência da informação transmitida?

Este livro não deixa, porém, de ser um relato precioso, por vezes quase dilacerante no reconhecimento angustiado da vulnerabilidade do jornalista em cenários tremendos de perigosidade física e psicológica, e um contributo muito útil para debater exactamente as questões que acima enunciamos. Podemos dizer que, no caso de Carlos Fino, escrever mais livros se torna quase um imperativo de serviço público pois poucos, em Portugal, terão tido a coragem, o privilégio e a possibilidade de ser testemunha de alguns dos grandes acontecimentos que mudaram o mundo.

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

Daniel Ricardo, *Ainda Bem Que Me Pergunta. Manual de Escrita Jornalística*, Editorial Notícias, Media & Sociedade, 2003

**Carla Martins**

Todos os jornalistas devem usar uma linguagem simples, concisa e rigorosa, para se tornarem compreensíveis junto do público, aconselha Daniel Ricardo logo nas primeiras linhas de *Ainda bem que me pergunta*. Num capítulo adequadamente intitulado «Escrever para ser lido», o editor executivo da *Visão* adverte, porém, que «isso não basta. Se bastasse, os jornais pareceriam enormes telegramas, claros, sintéticos, exactos e... enfadonhos» (p. 11).

O n.º 17 da colecção Media&Sociedade, dirigida por Alexandre Manuel, surge no universo bibliográfico português como um dos raros exemplos de manuais de jornalismo escritos por autores nacionais. Aqueles que quebram a regra há anos saíram de circulação. O próprio autor publicou, em 1989, o *Manual do Jornalista*, com a chancela da extinta Edições O Jornal, um volume completamente esgotado. A escassez de manuais acessíveis ao público português contrasta com a dimensão do universo estudantil e profissional, cuja amplitude recomenda o crescimento de um género bibliográfico com características mais pragmáticas e funcionais.

Ao longo das cerca de 250 páginas de *Ainda bem que me pergunta*, Daniel Ricardo, 62 anos, quase 40 consagrados ao jornalismo, alia conhecimentos teóricos a uma ampla experiência profissional, como sublinha no prefácio Carlos Cáceres Monteiro.

Vocacionado em particular para a construção do texto jornalístico na imprensa, Daniel Ricardo segue de perto o ensinamento do físico e matemático francês setecentista George-Louis Leclerc Buffon: «para escrever bem, é

preciso pensar bem» (p. 14). «O jornalista escreve para ser lido. (...) Ora, escrever para ser lido consiste, basicamente, em escrever para todos os leitores e não só para os mais cultos (...). E, para isso, têm eles próprios de compreender profundamente os factos sobre os quais escrevem» (p. 18). Missão tanto mais significativa quando se pensa nos fracos hábitos de leitura e nos níveis de iliteracia e de analfabetismo em Portugal.

A «imediate compreensibilidade das mensagens» envolve dois níveis: a clareza, que deriva da gramaticalidade, da simplicidade e da densidade semântica da linguagem; e a vertente explicativa ou interpretativa.

De seguida, Daniel Ricardo advoga que «escrever correctamente e, de preferência, bem, representa, para os jornalistas, uma incontornável obrigação» (p. 17). Isto significa o domínio das vertentes ortográfica, morfológica e sintáctica da língua e, para o efeito, devem os aspirantes à profissão rever a gramática e munir-se de dicionários e de um prontuário ortográfico. «Nenhum jornalista pode menosprezar a acentuação, as concordâncias, as regências verbais e nominais... ou a pontuação» (p. 19).

Outro conselho: «Só se aprende a escrever, escrevendo» (p. 20). E a emendar o que se escreveu as vezes que forem necessárias. «Escrever é, sem dúvida, um trabalho operário. Tal como o calceteiro que desenha estrelas, pássaros, flores e caravelas nos passeios de Lisboa, justapondo, em complicados puzzles, pequenos paralelepípedos de pedra granítica e calcária, também os grandes escritores suam e sofrem para porem as palavras a bater certo...» (p. 21). Complementarmente, para escrever bem, é forçoso que se leia muito: bons escritores, jornais e revistas e a própria publicação onde se trabalha. Mas a «procura da versão ideal» do texto é, regra geral, empreendida fora das redacções, pois aqui prevalece a «velocidade».

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

Ricardo constata que se em alguns jornalistas «convivem o artista e o artesão», outros serão, quanto muito, profissionais competentes. «O que não os diminui. Em jornalismo, o talento literário constitui um valor acrescentado que, sendo, sem dúvida, precioso, não figura entre as condições exigidas aos candidatos à profissão. Dos jornalistas ninguém espera que sejam génios das Letras» (p. 14).

Aliás, assevera o autor, preferível será que os não dotados de sensibilidade artística se abstenham de «fazer literatura», sob pena de se cair em absurdos como «A procrastinação atávica constituía nele um indelével traço idiossincrático» (p. 15). «É certo que os jornalistas e os escritores utilizam as mesmas ferramentas – palavras que se articulam para formar frases, a narração e a descrição, o diálogo, o retrato, figuras de estilo ou de pensamento. Mas, ao passo que a literatura é uma arte, o jornalismo afirma-se, fundamentalmente, como uma técnica de comunicação» (p. 16).

Preferível será que, para a literatura e o jornalismo, se escreva com «duas canetas», uma vez que, defende o autor, «os jornalistas têm de partir do princípio de que, nos textos jornalísticos, a função artística ou poética da linguagem não pode substituir-se à pragmática» (p. 16).

Os enunciados jornalísticos devem vincular-se aos termos e expressões usuais, curtos ou concisos, concretos e precisos. Simultaneamente escritor e jornalista, já no século XIX Eça de Queirós percebeu a simplicidade como uma das características do estilo jornalístico. Em «Uma Campanha Alegre», satirizou a falta daquela qualidade nas notícias dos jornais da época sobre a visita de D. Pedro II, Imperador do Brasil, a Alexandre Herculano.

«Sua Majestade Imperial visitou o Senhor Alexandre Herculano. O facto em si é inteiramente incontestável. Todos sobre ele estão acordes, e a História tranquila. No que, porém, as opiniões radicalmente divergem – é acerca

do lugar em que se realizou a visita». Recorrendo a nomes como «mansão», «retiro», «tugúrio», «tebaida», «aprisco», «abrigo», «solidão», «exílio»..., nenhum jornal se lembrou de relatar que Sua Majestade foi simplesmente a «casa» do historiador (pp. 26-27).

«A escrita como uma dança»

Se o domínio da língua nas suas diversas vertentes é uma das exigências primeiras da redacção jornalística, Daniel Ricardo traduz esta preocupação na organização de *Ainda bem que me pergunta*. O primeiro capítulo do estudo é precisamente dedicado à linguagem e à demonstração de erros morfológicos e sintácticos que detectou em versões originais de peças que editou nos últimos anos. Aliás, os exemplos de boas e más práticas abundam ao longo do livro.

O livro contém igualmente um «Minidicionário de Dificuldades» (pp. 139-201), onde se deslindam tópicos como verbos, regências, pronomes relativos, voz passiva, discurso indirecto ou concordâncias. O volume engloba ainda um «Livro de Estilo» (pp. 203-232), que reproduz o essencial daquele que foi elaborado para a revista *Visão*.

A aprendizagem das técnicas e convenções narrativas da escrita jornalística não significa enquistamento nessas fórmulas consagradas pela cultura e ideologia da «tribo». Segundo Ricardo, do jornalista exige-se ainda que aperfeiçoe constantemente o estilo próprio, «procurando formas originais, imaginativas e até ousadas de expressão»; que elabore peças atraentes quanto ao enfoque dos temas, arranque, fecho e estrutura dos textos; que vá mais longe e mais fundo do que os outros órgãos de informação na investigação e na explicação dos acontecimentos (p. 11).

Os jornalistas não são assim dispensados de cultivarem «um estilo vivo, expressivo, colo-

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

rido», de narrarem os acontecimentos e expressarem as ideias «com fluidez e ritmo, numa sucessão lógica, coerente, sem saltos nem hiatos» (p. 25). Sendo certo que, frequentemente, a liberdade criativa dependa, entre outros factores, do género jornalístico em que se escreve. A reportagem e crónica são os dois géneros narrativos que mais aproximam a prosa jornalística da literatura, pela maior expressão da criatividade, pela liberdade estilística, pela personalização da escrita, pela autoridade sobre o texto.

Embora não se consagre nenhum capítulo aos diferentes géneros jornalísticos, Daniel Ricardo aborda especificamente as técnicas da narração e da descrição (pp. 85-97), duas componentes fundamentais da reportagem, se se pretende que esta transmita «o dramatismo da vida real». Ilustrando com exemplos retirados das páginas da *Visão*, o autor lembra que «a descrição representa o sal da narração» e uma e outra requerem «do jornalista que testemunhe os acontecimentos, submetendo-os ao julgamento da sua inteligência e da sua sensibilidade» (p. 91).

Observados os princípios da autenticidade e do rigor, e de distância relativamente aos discursos oficiais, evitando-se no extremo oposto o abuso de vulgarismos, a escrita jornalística não tem de ser tecnicista, cinzenta, cronológica, fria. Embora o estilo «seco» predomine nas agências noticiosas – onde, na segunda metade de oitocentos, nasceu a obsessão pelos factos e a ideologia do rigor informativo – e nos diários, mais pressionados pelo factor tempo e pela urgência da actualidade.

Ler para ser lido também passa pelo nível paralinguístico dos textos jornalísticos (títulos, legendas, destaques). Daniel Ricardo dedica todo um capítulo às «Entradas nos textos» (pp. 101-138), onde decifra em traços largos os mistérios dos títulos, antetítulos, «superleads», destaques, intertítulos e legendas.

O jornalismo é uma realidade dinâmica e, por isso, não será demais lembrar que «o bom jornalista é um profissional em permanente autoconstrução» (p. 24). No entanto, no acto de escrever, o jornalista trava quase sempre uma batalha pela palavra certa. A jornalista francesa Françoise Giraud lembra que quem tem talento para a escrita o deve trabalhar «muito duramente». Nas suas palavras, «a escrita é como a dança, nunca se deve parar com os exercícios na barra».

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

Denis McQuail e Sven Windahl, *Modelos da Comunicação, Para o Estudo da Comunicação de Massas*, Editorial Notícias, 2003

## Anabela Sousa Lopes

Comunicação é o conceito central deste trabalho de Denis McQuail e Sven Windahl, embora o investimento teórico nos remeta concretamente para o estudo da comunicação de massas, deixando de fora análises sobre comunicação intrapessoal, interpessoal, de grandes grupos ou organizações. Contudo, é notória a preocupação dos autores em afirmar a sua visão alargada sobre o conceito, sublinhando que não é possível espartilhar as áreas referidas, tão-somente será mais funcional reflectir sobre as suas especificidades num vasto universo chamado Comunicação.

Desde o modelo matemático de Shannon e Weaver muitas propostas surgiram no sentido de definir um processo de comunicação e o esquema básico emissor-canal-mensagem-receptor tornou-se insuficiente para dar resposta a essa necessidade, devido às próprias alterações sociais e à necessidade de aprofundar o conhecimento sobre os factores constitutivos da comunicação humana. Reconhecer a não-linearidade dos processos de comunicação e o valor do receptor como agente selectivo, que percepção, interpreta e guarda as mensagens, constituiu uma viragem significativa para o crescimento desta área de conhecimento, em qualquer uma das suas dimensões, desde a comunicação interpessoal à comunicação de massas, nesta última especialmente visível em estudos sobre as audiências que foram demonstrando a existência de diferentes públicos, com características e interesses distintos, e não de um só público vulnerável às mensagens dos *media*.

As perspectivas sobre os poder dos *mass media* diversificaram-se, especialmente a partir

dos anos 60 e 70, e as considerações sobre a manipulação por eles operada foram preteridas por estudos que mostravam o papel activo dos receptores na aceitação ou rejeição das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação social. A hipótese do *agenda-setting*, por exemplo, foi ilustrativa desta relativização do poder dos *media*, segundo a qual estes não nos dizem como pensar, mas apresentam-nos os assuntos sobre os quais devemos reflectir, de acordo com uma ordem de valor informativo.

Este livro, inicialmente publicado em 1982 e revisto em 1993, tem como principal mérito a apresentação dos modelos de comunicação mais importantes, essencialmente dos anos 50 aos 80 do século XX. Os autores apostaram na apresentação gráfica das principais teorias, o que facilita a sua compreensão e sintetiza os principais aspectos em causa. Para além de podermos ter uma visão de conjunto dos principais momentos de investigação sobre a comunicação de massas, é-nos apresentado o desafio de reflectirmos sobre a aplicabilidade dos modelos em circunstâncias ou casos concretos, bem como sobre as eventuais alterações que podemos criar em cada um deles.

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

Nuno Ivo e Oscar Mascarenhas, *A Nuvem de Chumbo*, Publicações D. Quixote, Cadernos de Reportagem, 2003

**Ricardo Dias Felner**

Na Dom Quixote, foi publicado, no final do ano passado, *A Nuvem de Chumbo*, da autoria de Nuno Ivo e Oscar Mascarenhas. O livro, como se anuncia na capa, trata sobretudo da forma com o chamado processo Casa Pia foi noticiado na imprensa. Mas nele se incluem também uma entrevista a Catalina Pestana e um perfil inéditos, bem como algumas das leis mais polémicas que têm enquadrado a investigação e os crimes em causa.

Apesar do tema ser propício a teses apaixonadas, os jornalistas optaram por procurar fazer um relato frio dos acontecimentos. O facto de nenhum deles ter escrito sobre o processo em qualquer órgão de comunicação social, poderá ter ajudado a manter esse distanciamento. Neste sentido, *A Nuvem de Chumbo* é, fundamentalmente, um registo da evolução do processo nas páginas dos jornais, estando longe de um modelo de análise crítica, ou das reportagens de investigação editadas ao estilo da tradição norte-americana, aclamada pelos homens do Novo Jornalismo dos anos 60, como Norman Mailer ou Tom Wolfe.

Ainda assim, o título representa, em si, uma valorização subjectiva: a ideia de que Portugal se tornou num local sujo, ameaçado por perigos dissolutos (como uma «nuvem de chumbo»); a ideia de que não se vislumbra uma salvação para o país. «De Novembro de 2002 para cá, começou a formar-se uma nuvem feia. Como aquelas que, a princípio, a gente julga que traz notícia de um fogo ao longe, enfarruscada de fumos e fuligens. Depois, vê-se que é espessa como chumbo, avoluma-se, aproxima-se e parece que é a única coisa que se move, porque o ar está parado, ameaça desgraaça», lê-se na

primeira parte do livro, que contextualiza o tema.

Depois deste intróito mais livre e literário, no entanto, os autores optaram pela contenção formal e substancial, com a obra a definir-se, sobretudo, como um detalhado relato cronológico (ainda que fluido e cuidado do ponto de vista da linguagem) daquilo que os jornais foram publicando – com muitas citações do semanário Expresso, da revista Visão e dos diários Correio da Manhã, 24 Horas e Público. Em cerca de 130 páginas, os Nuno Ivo e Oscar Mascarenhas encadeiam as várias peripécias relativas aos «actores» do processo, não se pronunciando criticamente quanto às peças jornalísticas em causa.

O texto volta a respirar, digamos assim, no capítulo em que se traça um perfil – inédito – de Catalina Pestana. Os autores conseguem, desta feita, acrescentar informação sobre o percurso e a personalidade da provedora da Casa Pia de Lisboa, incluindo referências psicológicas. «Catalina, uma mulher de causas difíceis» contrasta mesmo, em certa medida, com o resto da obra, sendo mais intimista e subjectivo. Questiona-se, no entanto, se, num trabalho com folgo livresco e, tratando-se de um perfil (género jornalístico particularmente complexo) não seria exigível que surgissem no texto alguns testemunhos de pessoas que tivessem privado com Catalina – e não se utilizassem apenas as declarações da perfilada e o saber adquirido pelo autor de fontes não identificadas.

*A Nuvem de Chumbo* conta ainda com uma entrevista de fundo a Catalina Pestana, um capítulo onde se define o termo pedofilia e um outro onde são transcritas as principais leis em causa no processo Casa Pia (como as referentes aos crimes sexuais contra menores, às escutas telefónicas, à prisão preventiva, ao «habeas corpus» e ao segredo de justiça).

Em síntese, dir-se-ia que o livro condensa de forma louvável a história do processo Casa Pia,

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

na imprensa. Quem quiser situar os acontecimentos até Outubro de 2003, ou pelo menos os meta-acontecimentos, tem aqui um instrumento útil.

Fica, no entanto, a ideia de que se poderia ter ido mais longe, nomeadamente no que respeita à análise da forma como os jornalistas têm noticiado o caso. Seria curioso, por exemplo, identificar as dezenas de desmentidos de notícias sobre o assunto; ou classificar as fontes privilegiadas de cada um dos títulos, quantificando e qualificando o recurso ao anonimato e a presença na imprensa dos vários intervenientes no processo. Seria curioso, também, verificar as violações do segredo de justiça, em que momentos processuais elas ocorrem, se há comportamentos diferenciados nesta matéria entre a informação televisiva, a rádio e a imprensa. Ou mesmo ouvir os responsáveis editoriais pelos principais órgãos de comunicação social portugueses e compreender até que ponto o proclamado discurso da ética e da deontologia esbarra nas práticas jornalísticas e comerciais.

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

Fernanda Cândia, *Geração Modelo, Olhem para Mim*, Publicações D. Quixote, Cadernos de Reportagem, 2003

**Sara Pina**

O sonho de ser famoso, rico, bonito tornando-se modelo e a realidade do sofrimento, da frustração, da dificuldade de conseguir pisar uma passarela e, depois de lá estar, continuar e fazer disso uma profissão é o principal alerta deste livro.

A autora, acompanhou vários jovens com muitos sonhos e pouca noção da realidade e relata como a sua ingenuidade é tristemente explorada por algumas pessoas sem escrúpulos.

Mesmo o leitor alertado para a efemeridade do glamour de uma passagem de modelos e a dureza da vida do dia-a-dia destas pessoas fica surpreendido com a realidade relatada por Fernanda Cândia e que foi também mote de uma reportagem televisiva transmitida na SIC.

Olhem para mim! Porquê esta ideia fixa de tantos jovens? Compreender o desejo de ser olhado, visto e reconhecido de muita da nova geração na adolescência terá estado na origem deste livro. «Quis saber o que atrai milhares de miúdos, miúdos cada vez mais novos, nessa coisa de ser modelo.», diz Cândia na introdução.

Diana, Rafaela, Margarida, Ana Luísa, Alice, Wilson são entrevistados que relatam as suas experiências no mundo da moda e representam milhares de outros jovens com histórias semelhantes.

A grande maioria esforçou-se, gastou dinheiro, mandou fotografias, viajou horas até Lisboa ou Porto (onde são feitas as captações) mas depois de um pequeno desfile e algumas perguntas a resposta para o sonho foi: «não telefone, nós telefonamos» que é o mesmo que dizer «não estamos interessados».

Alguns candidatos foram mesmo explorados. O livro explica os negócios que algumas

peçoas fazem com as escolas de modelos. Um elevado número de alunos pagam propinas para ingressar nos cursos com a promessa de se tornarem modelos e depois... Depois nada! Há inclusivamente processos a correr nos tribunais portugueses de jovens que se dizem enganados.

Muito poucos conseguiram um lugar numa agência.

O livro relata também as experiências dos bens sucedidos. Modelos de quem já ouvimos falar e agências que cumprem bem o seu papel. Histórias com final feliz relatadas de forma isenta.

Vale a pena olhar para ele. Depois de lido este livro revela-se um interessante trabalho jornalístico que capta o leitor e que desmonta um mito que tantas pessoas inebria nas sociedades modernas.

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

Helena Ângelo Veríssimo, *Os Jornalistas nos anos 30/40-Elite do Estado Novo* (2003), Coimbra: Edições Minerva, Colecção Comunicação.

## Clara R. Pinto Caldeira

Os jornalistas, hoje uma classe profissional com uma importância social incontornável, são o tema deste livro que nos traz uma abordagem à situação, contexto e papel destes profissionais no tempo do Estado Novo, em pleno regime ditatorial de Salazar.

O livro explora sobretudo duas dimensões históricas da profissão dos jornalistas da época: a ideologia e a sua expressão propagandística e a organização corporativista do Estado Novo. Assim, é interessante compreender que este regime tinha particularidades que o distinguiam de outros regimes totalitários da época, nomeadamente Itália e Alemanha, em parte pela forma como o poder foi alcançado em cada um dos países e pelas próprias personalidades que os governaram. Enquanto Hitler e Mussolini utilizaram a propaganda como forma de envolvimento entusiástico das massas nos seus projectos políticos, Salazar, cuja subida ao poder não dependeu de uma acção ideológica prévia, tinha uma visão moral da propaganda, subordinada à legitimação do poder e à divulgação das suas obras e realizações, num espírito de contenção, pacificação e despolitização das massas. A imprensa, e a constituição de uma elite dos jornalistas, vão ser um factor chave no âmbito de uma visão da propaganda que destina às massas um papel de objecto de inculcação dos valores, projecto coordenado e controlado pelo Secretariado Nacional da Propaganda. A duplicidade vanguardismo/conservadorismo que caracteriza as manobras propagandísticas dos regimes fascistas também está presente no regime português, e a personalidade de António Ferro é

neste âmbito referida como fundamental na arquitectura de uma «política do espírito».

Um outro aspecto da actividade dos jornalistas muito explorada neste livro, e muitíssimo documentada, é a integração desta actividade profissional na lógica corporativa da organização do Estado Novo. O Sindicato dos Jornalistas foi, na época, uma das mais eficazes formas de controlo da imprensa, com obrigatoriedade de sindicalização de directores e chefes de redacção, colaboração estreita entre a direcção dos Serviços de Censura, e a imposição de quotização efectiva para todos os profissionais do ramo, mesmo dos não sindicalizados, uma forma indirecta de controlo do Estado sobre um grupo de profissionais cuja actividade dependia da sua adequação aos princípios ideológicos definidos pelo Estado Novo. Mas, curiosamente, o Sindicato dos Jornalistas foi, ainda que numa lógica corporativa, o agente das primeiras conquistas de direitos dos jornalistas, cujo prestígio social enquanto elite não correspondia ao seu nível de vida económico. Entre alguns avanços, contam-se conquistas como a carteira profissional, a Caixa de Reforma dos Jornalistas, o contracto colectivo, e a definição de salários mínimos e horários. Regista-se ainda a tentativa (falhada) de introdução em Portugal de um curso de formação para o qual estiveram previstos docentes como Vitorino Nemésio e Marcelo Caetano, um projecto revolucionário que pretendia ultrapassar a noção do jornalista como homem de letras, autodidacta, de cultura geral, integrado no espírito da nação, dando lugar à noção de profissional especializado. A definição do estatuto e correspondentes regalias de uma identidade profissional é, assim, contemporâneo de um jornalismo espartilhado pelas imposições da propaganda ideológica de um Estado autoritário e conservador.

A censura, a fraca adesão da grande maioria dos jornalistas à vida sindical, e a restrição de

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

acesso à mesma, no âmbito de uma política definidora desta elite profissional são aspectos referidos neste livro como sinais de uma actividade contrariada nos seus princípios fundamentais. No entanto, estes aspectos, bem como a realidade das redacções, uma caracterização desta classe «oprimida» e as estratégias de reacção são pouco aprofundados neste livro que não deixa de traçar um quadro de alguns dos aspectos fundamentais da realidade dos jornalistas no Estado Novo.

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

Natália Correia, *Descobri que era europeia – Impressões duma viagem à América*, Lisboa, Editorial Notícias, 2002 (1ª Edição, 1951)

## Mário Mesquita

Só nos alfarrabistas era possível adquirir, até há pouco, *Descobri que era europeia – Impressões duma viagem à América*, agora reeditado pela *Editorial Notícias*, livro injustamente esquecido de Natália Correia. A viagem de Natália aos Estados Unidos efectuou-se em plena Guerra Fria: Junho de 1949. O texto está datado de Agosto de 1950. A primeira edição veio a lume em 1951, com a chancela da Portugaláia.

Impressões de viagem (como refere modestamente a autora, em subtítulo)? Ensaio (qualificação escolhida pela casa editora)? Fragmentos de diário? Crónica? Reportagem? Algures na intersecção entre essas diferentes formas de expressão este livro pertence, simultaneamente, à literatura e ao jornalismo. A fórmula de Maria Fernanda Abreu (UNL), directora da colecção *Livros da Natália*, afigura-se muito pertinente: «registo ficcional de um olhar de matriz expressionista...».

«Este livro sou eu», avisa Natália logo no prefácio. Ao contrário do que faz, em regra, o repórter de agência noticiosa, a escritora, nunca escamoteia ou disfarça a sua subjectividade. Pelo contrário, a estratégia narrativa consiste em acentuá-la. Os Estados Unidos do pós-Guerra observados à lupa, pela (então) jovem Natália, alternando os registos da mordacidade, da ironia ou da simpatia. Um ponto de vista liberto de ortodoxias ideológicas (embora nem sempre, parece-me, de preconceitos culturais...) que conduz a autora a «construir» a sua identidade europeia em contraponto à observação do quotidiano dos EUA.

As paisagens humanas, no metropolitano ou na *night-club*, são pretexto não para um

prudente registo descritivo, mas para uma espécie de pintura expressionista que sublinha os traços das pessoas, dos objectos ou das paisagens descritas, ou, melhor dizendo, os deforma ao sabor da vontade (ou do capricho) da narradora. Assim sucede num admirável e impiedoso «fresco» dos passageiros do «metro» a caminho de Conney Island: «Abundavam as famílias numerosas, atulhadas de cestos e de pimpolhos insolentes, com ténues e amargos perfis de maridos-vítimas. Um velhote judeu devorava um jornal impresso em caracteres *yiddish*. Nada o desviava da leitura. Nem os bruscos trambolhões do *subway*, que fazia saltar as pessoas como molas. A um canto, o homem mais feio do mundo e a mulher mais feia do mundo sentavam-se lado a lado, de mãos dadas, numa feliz solução para a respectiva fealdade. Raparigas de vestidos engomados e laçarotes na cabeça, outras de *slacks* e *soutiens*, arfavam os seiozinhos sob os olhos gulosos dos adolescentes que as rodeavam tão ufanos na sua nascente vaidade de pagantes (...)

Obra de início de carreira, por ela perpassa, em todo o seu esplendor, inteligência e alguma arrogância, o «ethos» em construção da (então) jovem escritora portuguesa. Na apreciação da vida política, cultural ou do simples quotidiano dos Estados Unidos dos anos 50, Natália conjuga cultura, talento artístico e perspicácia intelectual. Deixa-nos um retrato fortemente personalizado dos Estados Unidos ao tempo do Presidente Truman, do início da Guerra da Coreia e das campanhas do senador MacCarthy.

Os seus primeiros contactos com a televisão exprimem igualmente a sua reserva – quicá ingénuo, mas também premonitória, observada a esta distância temporal – perante os presumíveis efeitos do novo meio de comunicação ainda na pré-história (só oito anos depois desta sua viagem chegaria ao Portugal salazarista): «A televisão é incontestavelmente um

# RECENSÕES

CALEIDOSCÓPIO

progresso técnico. Mas não creio que seja disso que a América careça. Há outra forma de “televisão” que só pode ser realizada pela mágica do espírito». Ou, ainda, sem reservas, nem prudência, a televisão «é o supra-sumo da condensação de todos os meios fáceis de informação. Ela é, fora de dúvidas, o caminho mais curto para a estupidez»

O «masscult» e o «midcult» dominantes na indústria cultural norte-americana, – para recorrer às expressões, forjadas naquela época, por Dwight MacDonald – suscitam as suas reticências. Ao repórter que pediu ao editor para definir a «natureza» dos artigos que pretende publicar, este terá respondido, segundo explicaram a Natália: a) Oh!, que maravilha!; b) Oh!, que pena; c) Oh!». Um crítico literário do *New York Times* comenta estes géneros exclamativos: «(...) Na América o escritor é essencialmente profissional, dependendo do compromisso com um público leitor sem interioridade para a absorção de temas profundas nem paciência para o choque de ideias novas. A condição de sucesso dum escritor é o seu talento para servir ao público os temas que este lhe impõe, com certo cunho pessoal, como a *trade mark* dum artigo comercial». Algum exagero? Sem dúvida. Mas a receita para o fabrico do «best-seller», meio século decorrido, já atravessou o Atlântico e implantou-se no rectângulo lusitano...

A «narradora» todo poderosa desafia preconceitos – ortodoxos ou heterodoxos –, quando sobrevoa, com olhar de diva, essa paisagem humana do «melting-pot» norte-americano ou, no dizer sem cerimónia da própria Natália Correia, «aquela humanidade semi-nua, arquejante e mole como uma besta vencida pela própria força».

«É tão impossível gostar da América como não gostar – afirma Natália, naquilo que poderia ser uma síntese conclusiva – Isso traduz-se num sentimento abstracto: o da fascinação. E qual é

a fonte donde brota essa fascinação? O enorme tablado onde se desenrola a esotérica urdidura da tragédia americana. O seu esoterismo não é o inviolável segredo dos deuses. É a crise do desenvolvimento. Uma puberdade física e mental que convive, no seu âmago, com os fantasmas das coisas irreveladas (...)».

Quem conheceu pessoalmente a escritora terá a sensação de ouvir a voz desassomburada de Natália-pessoa ao longo do texto desta Natália-repórter-e-ficcionista na Costa Leste dos Estados Unidos: «A música é para mim um destino. Como não tenho veleidades de cultura musical, talvez por isso e ainda bem, sinto-a com a primitiva impulsividade das pessoas que gostam sem saber porquê. E creio que, pela mesma razão, não ponho taxativas barreiras entre a música clássica e a música moderna, de jazz ou de carácter popular. Um nó na garganta, os músculos contraídos ou uma horrível vontade de chorar são o meu natural processo de selecção musical. E, nessa altura, entrego-me à música com a pureza dos animais quando se dão uns aos outros».

À semelhança das «anti-memórias» de Malraux, poderíamos chamar-lhe «anti-reportagem», no sentido em que, ao contrário do jornalismo de agência, a subjectivação é a sua marca deliberada da primeira à última linha. A meio século de distância, este «jornalismo literário» – Natália talvez não apreciasse a designação, mas parece-me adequada e estimulante – mantém-se vivo, ajuda a pensar a América dos nossos dias e, nalguns aspectos, guarda o seu potencial subversivo de irreverência e inconformismo que garante, de antemão, o escândalo das mentes tacanhas e farisaicas.



CALEIDOSCÓPIO

**RESUMOS**  
BEZOW



**Agustina Bessa Luís**

## **O CROCODILO E O RATO**

«Alguém que se deita no divã do psiquiatra faz com que se estenda consigo um crocodilo e um rato». A partir desta afirmação, a escritora reflecte, neste pequeno ensaio, sobre a influência da televisão na sociedade contemporânea. Sem desprezar a força do «pequeno ecrã – ela “é bem recebida e indispensável até” – traça-lhe limites: a televisão «não nos engana, só nos ilude».

## **THE CROCODILE AND THE MOUSE**

«Anyone finding himself on the psychoanalyst’s couch lies alongside a crocodile and a mouse.» Inspiring herself in this quote, the writer reflects, in this short essay, on television’s influence in contemporary society. Despite acknowledging the impossibility of resisting the force of the TV screen, which has become almost indispensable to everyday life, she traces the limits of a medium that “deceives not, but only illudes” the spectator.»

# RESUMOS

CALEIDOSCÓPIO

**J.-M. Nobre-Correia**

**OS MEDIA E A EUROPA  
– O SISTEMA MEDIÁTICO DA UNIÃO,  
A SOCIEDADE CIVIL  
E A IDENTIDADE EUROPEIA**

O alargamento da União Europeia de quinze a vinte e cinco Estados membros suscita numerosas interrogações sobre a coerência e a viabilidade de um tal projecto. Contudo, há quem considere que os media poderão assumir um papel importante nesta matéria, favorecendo a construção de uma sociedade civil e de uma identidade europeias vigorosas. A fragmentação da paisagem mediática europeia e a dimensão norte-americana dos media transnacionais provocam porém um certo cepticismo...

**THE MEDIA AND EUROPE:  
COMMUNICATIONS, CIVIL SOCIETY  
AND IDENTITY IN THE EU**

The expansion of the European Union from fifteen to twenty-five member states gave rise to numerous interrogations about the coherence and viability of this project. According to some opinions, the media might play an important role in the edification of a vigorous European civil society and identity. However, a certain scepticism simultaneously prevails due to the fragmentation of the European media system and the transnational dimension of the North-American media...

Daniel E. Jones

## **DEMOCRACIA, COMUNICAÇÃO E NEGÓCIO: O CRESCIMENTO DESMESURADO DA CONCENTRAÇÃO ECONÓMICA**

Neste artigo passa-se em revista a evolução da concentração das indústrias culturais e comunicativas que, ao longo do tempo, foram adquirindo um maior protagonismo na vida política, cultural e económica das sociedades, especialmente das mais desenvolvidas. A inter-relação que se deu entre os regimes democráticos e os meios de comunicação, sobretudo desde o século XIX nos países liberais (embora com uma democracia mais restringida do que a actual), entrou em crise. Em traços largos, a crescente mercantilização da actividade cultural, comunicativa e de entretenimento coloca a questão de saber se os actuais macro ou mega grupos comunicativos e multimédia não têm um protagonismo excessivo, que de alguma maneira conviria controlar por parte dos Estados democráticos. Embora com uma visão geral, procurou-se utilizar exemplos do caso espanhol.

## **DEMOCRACY, COMMUNICATION AND BUSINESS: THE GROWING AND EXCESSIVE CONCENTRATION**

In the present article, the author reviews the evolution of cultural and communication industries' concentration. Such industries have reinforced their protagonism in the political, cultural and economic life of societies, particularly the most developed. The connection between democratic regimes and the media, established mainly since the 19th century in liberal countries (boasting, nevertheless, a more restricted democracy than current trends), is in crisis. Generally speaking, the growing commercialization of cultural, communicative and entertaining activities confront us, in actuality, with the issue of a possibly excessive protagonism on the part of macro or mega communicative and multimedia corporations which should somehow be controlled by democratic States. Although from a generalist perspective, the author draws on multiple examples from the Spanish situation as cases-in-point.

**António Fausto Neto**

## **O JORNALISMO E OS LIMITES DA REPRESENTAÇÃO**

O texto reflecte, a partir do caso «Lula e o *New York Times*», os limites e as imposições do processo de enunciação dos discursos. Chama atenção para a importância que tem o âmbito da linguagem para a produção da actualidade jornalística, enfatizando que seu estatuto não se situa exclusivamente no âmbito da cultura e dos valores relativos à produção da noticiabilidade. Os processos de produção de sentido são proferidos por estratégias discursivas em vários campos sociais. Mostra que o campo jornalístico é actor e paciente e finalmente, diz que o texto jornalístico além de condensar vários textos, é a instância quem controla os fluxos de sentidos uma vez que é quem profere o sentencimento da questão. Isso significa afirmar que apesar das manifestações de outros campos, subsiste a sentença jornalística que no seu próprio «fórum» faz permanecer as referências de suas convicções.

## **JOURNALISM AND THE LIMITS OF REPRESENTATION**

Inspiring itself in the case «Lula and the *New York Times*», this essay reflects on the limits and impositions of the enunciation process within discourse. It draws attention to the importance of language in the production of journalistic topicality, underscoring the fact that the latter's status does not reside exclusively in the realm of culture nor in the values inherent in news production. The processes of production of meaning are moulded by discursive strategies in various social fields. This demonstrates that the journalistic field is both 'agent' and 'patient'. From this perspective, the journalistic text manifests itself as a condensation of various texts, simultaneously controlling flows of meaning due to pronouncing judgements on any of various issues. This means that despite the possibility of other fields making themselves heard, journalistic sentencing subsists as a particular «forum» allowing for the survival of the references that constitute its own mode of judgement.

**Claudia Alvares**

## **O 11 DE SETEMBRO COMO MEGA-ACONTECIMENTO: UM DESAFIO À GLOBALIZAÇÃO**

Defende-se, neste texto, que o 11 de Setembro põe em causa os parâmetros de definição tradicional de «acontecimento mediático», revelando uma função simultaneamente integradora e desagregadora. Ao mesmo tempo que serviu para consolidar um comunitarismo ocidental definido em relação a uma alteridade islâmica ameaçadora, também enfatizou a existência de fissuras numa globalização não homogênea, deixando em aberto divisões acentuadas entre centro e periferia. A especificidade do 11 de Setembro prende-se ainda com o facto desse acontecimento ter sido produzido para os media por aqueles que pretendiam desafiar o sistema de globalização de que os media fazem parte. Assim, este mega-acontecimento adquire conotações particularmente perversas, pois o ritual ao qual deu origem foi, em parte, ditado pelo 'outro', com o intuito de utilizar os media como espaço público de contestação, combate e confronto em tempo real.

## **9/11 AS MEGA-EVENT: DEFYING GLOBALISATION**

This paper argues that 9/11 challenges the parameters inherent in traditional definitions of «media events», due to its simultaneously integrative and disintegrative function. Whilst serving to consolidate Western communitarianism defined against a threatening Islamic alterity, it also foregrounded the existence of fissures within a non-homogeneous globalisation, revealing profound scissions between centre and periphery. The specificity of 9/11 also resides in its having been produced for the media by those who intended to challenge the globalised system of which the media are an integral part. As such, this new type of media event acquires particularly perverse connotations, for the ritual it gave rise to was partly orchestrated by an 'Other' with the objective of using the media as a public space of live contestation, struggle and confrontation.

**Daniel Dayan e Elihu Katz**

## **AS CONSTRUÇÕES DO LUTO APÓS A MORTE DE DIANA**

Os autores do conceito de «televisão cerimonial» reflectem neste artigo sobre as comemorações e as homenagens em torno de Diana de Gales, que consideram como «peregrinações, encontros com um “sagrado” definido em termos de inacessibilidade». Diana desempenha aqui o papel de «um começo, de uma entrada, de uma ligação entre os mundos, representa o ponto em que as grandes periferias podem, de pleno direito, e sem sanção violenta, aproximar-se da ostentação, da «pompa e circunstância».

## **CONSTRUCTING GRIEF AFTER DIANA'S DEATH**

The authors who coined the concept of «television ceremony» reflect, in this article, on the commemorations and tributes centring on Diana of Wales, which they consider akin to «pilgrimages, contacts with the divine defined in terms of inaccessibility». Here Diana symbolises «a beginning, an entry, a connection between two worlds», representing the point where large peripheries are fully entitled, without suffering violent sanctions, to draw close to ostentation, that is, to «pomp and circumstance».

**Pedro Diniz de Sousa**

## **O ATAQUE AO SÍTIO WEB DA AL-JAZEERA**

O ataque ao sítio web da Al-Jazeera, levado a cabo por hackers na primeira semana da Guerra do Iraque, terá constituído o primeiro sinal importante da assimilação da imprensa online pelo campo da guerra informática, apresentada desde há décadas como «guerra do futuro», mas mantendo um estatuto marginal no quadro dos conflitos militares entre estados. O acontecimento atravessa o terreno cientificamente minado do estudo da Internet, nomeadamente pela «retórica de substituição» que acompanhou o nascimento das principais tecnologias de comunicação e que regressou em força com a chegada do novo meio. Mas este e outros perigos não nos devem inibir de encarar de frente o significado do bloqueio do sítio web da Al-Jazeera, nas suas dimensões bélica, simbólica e política. É o que este artigo procura fazer, a partir da confrontação das teorizações já produzidas acerca das notícias online e da guerra informática com um conjunto de dados empíricos relevantes.

## **THE HACK ATTACK ON THE AL-JAZEERA'S WEBSITE**

The successful hacking of Al-Jazeera's website in the first week of the Iraqi War can be considered the first important sign of the announced assimilation of online news by information warfare which, although presented for decades as the «war of the future», has nevertheless played a secondary role within the framework of military conflicts between States. The event is highly vulnerable to the «replacement rhetoric» that followed the birth of every major communications technology and has returned with the advent of the Internet. In spite of this and other methodological obstacles to the study of the Internet, it is worth analysing, head-on, the full significance of the blockage of the Al-Jazeera website in its military, symbolic and political dimensions. The author attempts to do so by confronting existing theory, concerning online news and information warfare, with relevant empirical data.

**Clara Roldão Pinto Caldeira**

**A REPRESENTAÇÃO DAS MINORIAS  
SEXUAIS NA INFORMAÇÃO  
TELEVISIVA PORTUGUESA  
– UMA QUESTÃO «TERRITORIAL»**

Este artigo aborda a questão da representação das minorias sexuais na informação televisiva portuguesa. Pretende compreender-se, a partir da ideia de jornalismo como território de intersecção de vários discursos sociais, de que forma é representado um grupo minoritário e tradicionalmente considerado desviante e objecto de estigma num meio de comunicação de massa. Para tal, equaciona-se o impacto social dos media, em particular da televisão, na alteração das condições de visibilidade das realidades socialmente invisíveis, e problematiza-se a tensão entre as dimensões capitalista e democrática da televisão. Ainda, aborda-se as particularidades das características relevantes das condições e lógicas de produção do discurso jornalístico, procurando articular o «mapa» deste território com a realidade das minorias sexuais. Finalmente, apresentam-se os resultados mais significativos de um estudo de caso sobre a SIC no período de 1995-2000 com vista à caracterização da representação das minorias sexuais produzida pelo discurso jornalístico num canal comercial de televisão português.

**THE REPRESENTATION OF SEXUAL MINORITIES  
IN PORTUGUESE TV BROADCASTING:  
A «TERRITORIAL» ISSUE**

This article broaches the issue of the representation of sexual minorities in Portuguese TV broadcasting. Presupposing that Journalism consists in a territory of intersection between various social discourses, the author attempts to explore the ways the mass media represent a minority group, traditionally stigmatised and considered deviant. This objective entails the assessment of the media's social impact, particularly that of TV, in the alteration of the conditions of visibility of social invisible realities, leading to the problematisation of the tension between television's capitalist and democratic dimensions. Furthermore, this essay tackles the specificities inherent in the conditions and logic of production of journalistic discourse, linking this territorial «map» to the reality of sexual minorities. Finally, the most significant results of a case study focussing on SIC between 1995-2000 will be presented, with the goal of characterising the representation of sexual minorities in the journalistic discourse of a Portuguese commercial TV channel.

**Anabela de Sousa Lopes e  
Maria José Mata**

**O LUGAR DA PERSONAGEM NOS  
GÉNEROS DE OPINIÃO:  
«CARLOS CRUZ» NO DISCURSO  
JORNALÍSTICO SOBRE O EURO 2004  
E O PROCESSO CASA PIA**

Este artigo apresenta uma análise do protagonismo de uma figura pública, Carlos Cruz, em relação a dois grandes acontecimentos noticiosos: a vitória da candidatura portuguesa ao Euro 2004 e o processo de pedofilia da Casa Pia. Os géneros de opinião tratados, em dois diários e dois semanários portugueses, revelam o claro enaltecimento da personagem no caso do Euro 2004 e a difusa afirmação da opinião dos articulistas quanto ao alegado envolvimento de Carlos Cruz no processo Casa Pia.

**THE PLACE OF THE PROTAGONIST  
IN OPINION FEATURES:  
«CARLOS CRUZ» IN THE JOURNALISTIC  
DISCOURSE ON EURO 2004  
AND THE CASA PIA SCANDAL**

This article analyses the protagonism of a renowned Portuguese TV presenter, Carlos Cruz, in two important news events: Portugal's successful bid to host the European Football Championship – Euro 2004 – and the Casa Pia paedophile case. On the basis of the examination of opinion articles drawn from two Portuguese dailies and two Portuguese weeklies, the authors claim that while the prestige of the TV presenter was clearly emphasised during the launching of the first news event, any expression of opinion regarding Carlos Cruz became increasingly muted during the Casa Pia case.

**Carla Rodrigues Cardoso**

## **ANÚNCIO E CAPA DE REVISTA: TERRITÓRIOS PARALELOS OU CONTÍGUOS?**

Imagem e texto são dois elementos partilhados por anúncio e capa de revista. As semelhanças entre estes dois dispositivos comunicacionais começam ou terminam aqui? A resposta a esta questão passa pela análise das estratégias subjacentes à criação do anúncio publicitário e da capa de revista. Neste último caso, optou-se por restringir o campo das publicações, optando-se pelas newsmagazines, sólidas representantes do mundo do jornalismo. Depois do esgrimir de argumentos teóricos, parte-se para a análise empírica das capas de Janeiro de 2004 da newsmagazine portuguesa *Visão*, à procura de vestígios concretos que as relacionem ou não com os anúncios de revista.

## **MAGAZINE ADVERTISEMENTS AND MAGAZINE COVERS: PARALLEL OR CLOSE FIELDS?**

Image and text are two elements shared by magazine advertisements and magazine covers. Do the similarities between these two communicational devices begin or end here? The answer to this question entails the analysis of the strategies that inform the conception of an advertisement and a magazine cover. Due to consisting in solid representatives of the journalistic world, we have chosen to circumscribe the analysis to newsmagazines. The comparison and discussion of theoretical arguments will be complemented by an empirical analysis of the January 2004 covers of the Portuguese newsmagazine, *Visão*, with the objective of discovering the traces which may or may not relate covers to magazine advertisements.

**João Manuel Rocha**

**OS MEDIA TAMBÉM NOS DIZEM  
O QUE FAZER  
[REFLEXÕES SOBRE A EDIÇÃO  
DE 9 DE SETEMBRO DE 1999 DO JORNAL  
«DIÁRIO DE NOTÍCIAS»]**

A 9 de Setembro de 1999, após o referendo que determinou a independência de Timor-Leste, o «Diário de Notícias» surgiu nas bancas com a primeira página em branco. A pretexto dessa iniciativa, em que os media foram promotores do acontecimento, são revisitados conceitos clássicos do estudo dos «media», caso dos pseudo-acontecimentos, e, à luz das teorias do agendamento, defende-se que, em algumas circunstâncias, os media também podem dizer-nos o que fazer.

**THE MEDIA ALSO TELL US WHAT TO DO  
[REFLECTIONS ON THE SEPTEMBER 9, 1999  
ISSUE OF THE «DIÁRIO DE NOTÍCIAS» NEWSPAPER**

In September 1999, following the referendum that led to the independence of East Timor, a Portuguese newspaper, *Diário de Notícias*, published an edition with a blank page. On the basis of this initiative, in which the media acted as assemblers, or promoters of an event, the author aims to both rethink some concepts pertaining to media research, namely the category of pseudo-events, as well as reflect on «agenda-setting» theories, suggesting that, in some circumstances, the media seek to outrightly impose forms of action on their public.

# RESUMOS

CALEIDOSCÓPIO

Vanda Ferreira

## **CONTEÚDOS JORNALÍSTICOS AUTO-REFERENCIAIS: ENTRE O JORNALISMO E A PUBLICIDADE**

Os conteúdos jornalísticos auto-referenciais definem os actuais territórios e a fluidez das fronteiras entre jornalismo e publicidade. As estratégias comerciais das empresas jornalísticas e da publicidade requisitam a credibilidade pública do jornalismo ao mesmo tempo que testam a sua capacidade de resistência aos objectivos das sinergias de conteúdos e promocionais estabelecidas entre meios jornalísticos detidos por grupos económicos de comunicação.

## **SELF-REFERENTIAL JOURNALISTIC CONTENTS: BETWEEN JOURNALISM AND ADVERTISING**

Self-referential journalistic contents define the present territories of both Journalism and Advertising, as well as the fluidity of their borders. Commercial strategies of newspaper and advertising companies rely on the public credibility of Journalism, whilst simultaneously testing its capacity to resist the synergy between content and publicity amongst media owned by large-scale economic corporations.

**Carla Martins**

## **A OBJECTIVIDADE COMO «DEVER REFERENCIAL» DOS JORNALISTAS**

No presente artigo avança-se a hipótese de recuperação do paradigma da objectividade como estruturante do jornalismo. No redesenho da cartografia dos «territórios do jornalismo» haverá eventualmente que se acolher a objectividade, mas numa versão reinventada à luz da própria evolução histórica do conceito.

## **OBJECTIVITY AS A JOURNALISTIC «REFERENTIAL DUTY»**

The present article presupposes the possibility of recovering the paradigm of objectivity as a structuring element of Journalism. In the attempt to remap the frontiers of «journalistic territories», the author posits the reconceptualisation of the notion of objectivity in light of Journalism's historical evolution.

**Telmo Gonçalves**

## **A ABORDAGEM DO ENQUADRAMENTO NOS ESTUDOS DO JORNALISMO**

A abordagem do enquadramento transformou-se nas últimas duas décadas num dos paradigmas mais expressivos dos estudos do jornalismo. Percorremos, neste artigo, a evolução desta corrente de investigação, desde as suas origens até aos seus desenvolvimentos mais recentes. Pretendemos, assim, demonstrar os diferentes sentidos com que a noção de «frame» tem vindo a ser aplicada nos estudos do jornalismo, evidenciando-se hoje como um conceito incontornável tanto no estudo das notícias como na investigação dos seus efeitos.

## **THE FRAMING APPROACH IN JOURNALISM STUDIES**

The framing approach has converted itself, throughout the last two decades, into one of the most expressive paradigms of Media Studies. This article spans the evolution of this research concept from its origins to its most recent developments. As such, the author points to the different meanings attributed to the concept of “frame” within Media Studies, underscoring the importance of this notion both to the study of news as well as to the analysis of its effects.

Sara Pina

## **DA REALIDADE À FICÇÃO: A COBERTURA NOTICIOSA DA GUERRA DO IRAQUE**

Acompanhamos a invasão do Iraque pelos E.U.A pelos media. Mas as fontes que prestaram informações à comunicação social norte-americana foram em esmagadora maioria pró-guerra e oficiais. Os repórteres «embedded» foram rigorosos? Alguns jornalistas que viveram esta situação acharam que a resposta pode ser negativa. A verdade é que a elaboração da realidade no discurso jornalístico tem consequências nessa própria realidade, reconstruindo-a e modificando-a permanentemente.

## **FROM REALITY TO FICTION: NEWS COVERAGE OF THE IRAQI WAR**

Audiences have accompanied the US invasion of Iraq through the media. However, the sources of the US media are both official and massively pro-war. It is therefore legitimate to pose the following question: Were «embedded» reporters rigorous in the coverage of events? The answer would be negative, according to some journalists who experienced the situation. The truth is that the fabrication of reality by journalistic discourse has effects on that very reality, permanently reconstructing and altering the latter.

**Cristina Ponte**

## **CONTRIBUTOS DO REALISMO PARA O DISCURSO JORNALÍSTICO**

O realismo é uma forma de expressão cultural indissociável dos jornais de grande circulação e prestígio que surgiram a partir de meados do século XIX. Procuramos reflectir neste artigo sobre os contributos do estilo realista a nível da produção escrita do jornalismo e da sua estética e também na sua orientação ética e sentido público da sua intervenção.

Nesta caracterização do realismo literário em dimensões estéticas e sociais, dá-se atenção aos processos de *descrição* como formas de representação da realidade e privilegiam-se orientações derivadas desta matriz no jornalismo contemporâneo: o «novo jornalismo» dos anos 60 do século XX e o jornalismo de investigação, que surge nos finais do século XIX.

## **INFLUENCES OF LITERARY REALISM IN THE JOURNALISTIC FIELD**

Realism is a cultural expression closely connected with quality newspapers that appeared in the XIX century. It is also linked to journalistic culture and discourses. This article focuses on the influence of the realist genre on Journalism, not only in terms of its literary expression and aesthetics, but also in its ethical orientation and public relevance. By charting literary realism in its aesthetic and social dimensions, the author draws attention to *description* processes as forms of representing reality which continue to subsist in actuality, namely through the trends of the New Journalism of the 60s as well as Investigative Journalism, the latter having established itself towards the end of the 19<sup>th</sup> Century.

# RESUMOS

CALEIDOSCÓPIO

Enric Sòria

## A IMPRENSA VEÍCULO DA LITERATURA MODERNA

Literatura e jornalismo é igualmente o tema focado no ensaio intitulado. Através de um longo percurso histórico por diversos géneros jornalísticos e literários, Sòria considera que a «idade de ouro» do jornalismo literário se situa no século XX, «especialmente no período que vai desde a *belle époque* até à Segunda Guerra Mundial». De entre vários nomes consagrados da literatura que colaboraram nos jornais, salienta nomes como os de Unamuno, Gide, Borges ou Pavese.

## THE PRESS AS VEHICLE OF MODERN LITERATURE

This essay is centred on the intertwining of literature and journalism. Tracing the historical trajectory of diverse journalistic and literary genres, the author considers that the «golden age» of literary journalism situates itself in the twentieth century, «particularly the period ranging from the *belle époque* to World War II». He exemplifies the links between literature and journalism by focussing on various acclaimed writers, such as Unamuno, Gide, Borges and Pavese, who regularly contributed to newspapers.

# RESUMOS

CALEIDOSCÓPIO

**Fernando Correia**

## **JORNALISTAS PORTUGUESES: DA HOMOGENEIDADE APARENTE ÀS DISTINÇÕES NECESSÁRIAS**

O grupo profissional dos jornalistas é frequentemente descrito como um corpo único e homogéneo. Estudado mais de perto, revela-se como um espaço complexo e diversificado onde coexistem uma grande variedade de situações e relacionamentos, na base dos quais se estruturam formas diversas de praticar, viver e conceber o jornalismo.

## **PORTUGUESE JOURNALISTS: FROM APPARENT HOMOGENEITY TO NECESSARY DISTINCTIONS**

The professional group of journalists is usually described as a single, homogeneous body. Under closer inspection, this group reveals itself a complex and diversified space in which a large variety of situations and relationships coexist, founded on different forms of practicing, living and perceiving Journalism.

**Diana Andringa**

## **JORNALISMO, MEMÓRIA E AMNÉSIA**

Partindo das comemorações do 25 de Abril, questiona-se qual a memória desse acontecimento em redacções de onde foram afastados os jornalistas que o viveram – tanto mais que a História não existe na maioria dos cursos de Jornalismo e/ou Comunicação Social em que se formam os jovens jornalistas. Pretexto para uma reflexão sobre as diferenças entre profissionais e Universidades no que toca à formação dos jornalistas e a insistência na necessidade de uma alargada formação de base, com espaço para a História Contemporânea.

## **JOURNALISM, MEMORY AND AMNESIA**

The commemorations of April 25<sup>th</sup>, 1974 serve as a starting point for this author's reflection on the absence of memory amongst young journalists, a fact that may be reinforced by the retirement of older journalists and by the lack of History courses in the curricula of several Portuguese Journalism Schools. This exploration feeds into the debate on the different perspectives of scholars and journalists regarding academic programs for new and continuing journalists, ultimately positing the latter's need for an extremely broad cultural preparation that includes 20<sup>th</sup> Century History.

# RESUMOS

CALEIDOSCÓPIO

**Christiana Martins**

## **UMA FRONTEIRA OU O JORNALISMO ECONÓMICO COMO FORMA DE CONHECIMENTO ESPECIALIZADO**

As fronteiras surgem dentro do corpo da actividade jornalística. Jornalismo especializado ou forma especializada de conhecimento. A economia como especialização do jornalismo. As carências de estudos académicos sobre o tema. As múltiplas visões sobre o jornalismo económico. Uma certeza, por mais económico que seja, será sempre jornalismo. Há regras a cumprir e vícios a abandonar. Nunca a esquecer.

## **A BORDERLINE, OR ON ECONOMIC JOURNALISM AS A FORM OF SPECIALIZED KNOWLEDGE**

This essay analyses the borders within the framework of journalistic activity in the domain of Economics. The aim is to examine whether economic issues are approached as a form of specialized Journalism or as a specialized mode of knowledge. We defend that notwithstanding the stress placed on economy, a newspaper article on this issue will always be a journalistic piece.

Helena Garrido

## **JORNALISMO ECONÓMICO EM TEMPOS DE CONCENTRAÇÃO: FACES VISÍVEIS DAS PRESSÕES SOBRE A INFORMAÇÃO**

O objectivo deste trabalho é avaliar se os jornalistas de economia têm, hoje mais que no passado, uma percepção de maior condicionamento do exercício da actividade de informar sobre matérias económicas e financeiras, na sequência dos movimentos de concentração e diversificação empresarial que afectaram os sectores económicos em geral os 'media' em particular. Com base num pequeno inquérito conclui-se que a esmagadora maioria dos inquiridos considera que a informação económica está hoje mais condicionada, atribuindo esta tendência essencialmente à concentração.

## **ECONOMIC JOURNALISM IN TIMES OF CONCENTRATION: THE VISIBLE FACES OF INFORMATION CONSTRAINTS**

This paper is an analysis of economic journalists' perception of the constraints suffered in their professional activities in a context where the Economy is generally subject to movements of concentration and diversification. When questioned on this subject, the majority of those inquired state that Journalism in the Economics and Financial areas today suffers increasing constraints, identifying concentration as the key factor in this state of affairs.

**Alberto Vasconcelos**

**JORNALISMO DE SAÚDE  
– EVIDÊNCIAS DE UM PROCESSO  
DE ESPECIALIZAÇÃO**

Diferenciado, sobretudo, por uma forte componente científica, o jornalismo dos assuntos de saúde deixou de pertencer à esfera generalista para se autonomizar enquanto território especializado. Todavia, o processo é recente; investigadores, clínicos, decisores políticos, as próprias redacções, ainda não se mostram perfeitamente familiarizados com o espectro de competências do jornalista de saúde. Importa, como tal, conhecer os objectivos e as limitações desta corrente jornalística, tanto quanto o seu esforço de descodificação do avanço científico se tornou essencial para a democratização do conhecimento sobre os mecanismos de saúde e de doença.

**HEALTH JOURNALISM AS EVIDENCE  
OF A SPECIALIZATION PROCESS**

Differentiated, in the first place, by a strong scientific component, Health Journalism no longer belongs to the generalist field, having converted itself into a specialized territory. This process, however, is recent; researchers, medical doctors, politicians, even editorial staff are not yet perfectly familiar with the spectrum of the health journalist's competences. The analysis of the goals and limitations of this journalistic area is thus important to the extent that the attempt to decodify scientific progress has become essential to the democratisation of knowledge concerning the mechanisms of health and disease.

**Reto Mónico**

## **O REGICÍDIO NA IMPRENSA SUÍÇA**

Neste artigo analisa-se a reacção de cerca de trinta jornais suíços sobre o Regicídio do Terreiro do Paço. A grande maioria condena o duplo assassinato. Só a imprensa maçónica e socialista é quase unânime em aprovar esta «justiça popular». Os jornalistas helvéticos, mesmo os da imprensa regional, não se limitam a descrever os acontecimentos de Fevereiro de 1908 em Portugal: comentam os factos e procuram as responsabilidades. Aparecem as clivagens entre os jornais: por um lado os que falam da perda dos valores cristãos e acusam as sociedades secretas, por outro os que defendem João Franco e que responsabilizam os republicanos, enfim os que tomam o antigo Primeiro ministro como o principal responsável da tragédia. Quase todos os quotidianos suíços falam da decadência e da fraqueza do regime, mas poucos jornalistas acreditam no sucesso duma eventual República num país que possui 80 % de analfabetos.

## **REGICIDE IN THE SWISS PRESS**

This article analyses the reaction of approximately thirty Swiss newspapers to the Terreiro do Paço Regicide. Most of these condemn the double murder. Only the Freemasonry and the Socialist Press almost unanimously approved this act of «popular justice». Swiss journalists, including those writing for the Regional Press, refrained from simply relating the February 1908 events in Portugal: they commented on them, seeking to attribute responsibilities for the state of affairs. There are differences of opinion amongst the newspapers: those that focus on the loss of Christian values and accuse the secret societies; those that defend the case of João Franco and condemn the Republicans; and, finally, those holding the previous Prime Minister responsible for the tragedy. The majority of the Swiss newspapers refer to the decline and the weakness of the Regime; nevertheless, very few journalists believe the successful implementation of a Republic to be possible in a country with an illiteracy rate of 80 per cent.

Júlia Leitão de Barros

## O CERCO IDEOLÓGICO DO ESTADO NOVO À IMPRENSA DE « PROVÍNCIA»

Após a aprovação da Constituição, em 1933, o Estado Novo lançou uma nova política de informação assente em dois instrumentos: a Direcção Geral dos Serviços de Censura e o Secretariado de Propaganda Nacional (S.P.N.). O SPN produziu dois documentos, no seu primeiro ano de actividade, referentes à sua actuação junto da imprensa de província, estando um deles até aqui inédito

O presente artigo, partindo desta base documental, procurou contribuir para uma reflexão em torno do processo de arranque do novo sistema informativo do Estado Novo. Tudo parece indicar que a actuação do novo regime junto da imprensa de província» foi prudente, gradual e planificada. As intervenções punitivas procuraram lidar com a diferenças regionais existentes e contaram a seu favor com jornais de influência local circunscrita.

## THE SALAZAR REGIME'S IDEOLOGICAL SIEGE OF PORTUGAL'S REGIONAL PRESS

Subsequently to the approval of the 1933 Portuguese Constitution, Salazar's regime introduced a new information policy grounded in two institutions: the Central Office of Censorship and the National Propaganda Office (SPN – *Secretariado de Propaganda Nacional*). In its first year of activity, the SPN produced two political documents concerning the policies towards the Regional Press. One of these documents remains hitherto unpublished.

This article, sustaining itself on documental basis, seeks to contribute to a reflection on Salazar's attempt to launch this new system of information. The author indicates that Salazar regime's behaviour towards the Regional Press was cautiously and gradually planned. Repressive interventions attempted to deal with existing regional differences, relying on the support of newspapers with circumscribed local influence.

**Carla Batista**

**PEDÓFILOS NA TELEVISÃO  
E VAMPIROS NA SOCIEDADE  
– BREVE ANÁLISE DO TRATAMENTO  
MEDIÁTICO DO CASO CASA PIA**

A cobertura mediática do Caso Casa Pia serve, neste artigo, de ponto de partida para uma reflexão sobre a lógica narrativa que se tornou dominante na televisão generalista portuguesa. A avaliação da importância de um acontecimento passou a fazer-se, não em função de critérios jornalísticos – tradicionalmente designados por valores notícia – mas pela capacidade de gerar «estórias» com ingredientes dramáticos e cénicos fáceis de explorar pela linguagem televisiva.

**PAEDOPHILES ON TV AND VAMPIRES  
IN SOCIETY: A BRIEF ANALYSIS OF THE MEDIA  
COVERAGE OF THE CASA PIA CASE**

The media coverage of the Casa Pia scandal provides a starting point for the author to reflect on the narrative logic that became dominant in Portuguese TV. The scale used to measure the importance of an event is no longer based on journalistic criteria – so called news values – but rather on the ability to create stories with dramatic and scenic ingredients that are easy to explore by the language of television.

**Mafalda Baraona Chaveiro**

## **A REABERTURA DOS TRIBUNAIS NA TELEVISÃO: O PALCO JUDICIÁRIO TRANSFORMADO EM PALCO MEDIÁTICO**

Esta reflexão, aproveitando a semana de reabertura dos tribunais e a sua cobertura nos espaços informativos dos principais canais de televisão – RTP, SIC e TVI- visava um dos temas ultimamente mais debatidos – Justiça e Comunicação social.

Porém, a eclosão do atentado de 11 de Setembro, se por um lado levou à exaustão desse tema, conduziu por outro à escassez de notícias sobre justiça.

Duma análise simultaneamente casuística e comparativa, concluímos que, se a concorrência conduz à diversidade e pluralidade de opiniões, com conseqüente melhoria do sistema de informação, traz também a competição pela guerra de audiências, violentando, não raras vezes, padrões éticos. Neste contexto assistimos à subida dos «fait-divers» aos noticiários.

Abordámos a actuação dos jornalistas e dos que agem no palco judiciário – operadores judiciários – reclamando daqueles maior profissionalismo e observância das regras deontológicas, e destes, respeito pelo direito a uma informação correcta e leal .

## **THE REOPENING OF COURT CASES ON TV: THE CONVERSION OF THE JUDICIARY INTO A MEDIA SHOW**

The coverage of the reopening of court cases, subsequently to a holiday period, by the main Portuguese TV channels, namely RTP, SIC and TVI, inspires the author to reflect on the relationship between the Judiciary and the Media, a predominant theme in recent TV news. This paper argues that the September 11 terrorist attack led to both the exhaustion of judicial matters as well as to the scarcity of news on the topic.

By resorting to an ethically-oriented comparative analysis of TV news features, it concludes that if, on the one hand, competition is conducive to diversity and plurality of opinions, with the consequent improvement of the information system, on the other hand it entails an obsession with audience ratings which frequently violates ethical standards. It is in this context that «fait-divers» are elevated to the level of news broadcasting.

This situation calls for an analysis of the attitude of journalists, particularly those that deal with judicial matters – judicial operators – suggesting the necessity for both a greater sense of professionalism as well as a stricter observance of a deontological code of conduct, contemplating the right to correct and loyal information.

**Mário Mesquita**

## **O ECRÃ NO LUGAR DO JUIZ: A REPRESENTAÇÃO DA JUSTIÇA NO CINEMA DE FRITZ LANG**

O autor regista que os filmes da «fase americana» de Fritz Lang, como *Fury* (1935-36), o realizador revelam atitude semelhante à de um antropólogo perante as instituições judiciais. Este tipo de filmes constituem uma espécie de antecipação da problemática contemporânea dos «julgamentos mediáticos». Lang evidencia as insuficiências do aparelho judiciário para assegurar os direitos da pessoa, especialmente quando as multidões iradas cercavam os tribunais. Os media dominantes na época – as actualidades cinematográficas, a rádio e os jornais – antecipavam, por vezes, a sentença, embora deixassem «fora de campo» eventos decisivos, contribuindo para fazer da sala de audiências num teatro de sombras.

## **THE SCREEN IN PLACE OF THE JUDGE: THE REPRESENTATION OF TRIALS IN FRITZ LANG FILMS**

The author suggests that films directed by Fritz Lang in the United States, such as *Fury* (1936-36), reveal an attitude similar to that of the anthropologist when confronting the institutions of the American judicial system. This type of film seems to anticipate the contemporary problematic of media trials. Lang foregrounds the limits of the judiciary in securing individual rights, especially in contexts in which raging mobs surrounded the courts. The media prevailing in the thirties – namely the newsreel, radio and newspapers – sometimes anticipated the verdict, even when leaving important events «offscreen», thus contributing to convert the courtroom into a theatre of shadows.



# ÍNDICE

## Apresentação

### Mário Mesquita

As incertas fronteiras dos territórios do jornalismo ..... 5

## Artigos

### Agustina Bessa Luís

O Crocodilo e o Rato ..... 13

### José Manuel Nobre Correia

Os media e a Europa – o sistema mediático da União, a sociedade civil e a identidade europeia ..... 17

### Daniel E. Jones

Democracia, comunicação e negócio: o crescimento desmesurado da concentração económica ..... 25

### António Fausto Neto

O jornalismo e os limites da representação ..... 41

### Cláudia Álvares

O 11 de Setembro como mega-acontecimento: um desafio à globalização ..... 55

### Daniel Dayan e Elihu Katz

As construções do luto após a morte de Diana ..... 65

### Pedro Diniz de Sousa

O ataque ao sítio web da Al-Jazeera – ou o anunciado salto das notícias da retaguarda para a linha da frente ..... 69

### Clara Roldão Pinto Caldeira

A representação das minorias sexuais na informação televisiva portuguesa – uma questão «territorial» ..... 87

### Anabela de Sousa Lopes e Maria José Mata

O lugar da personagem nos géneros de opinião: «Carlos Cruz» no discurso jornalístico sobre o Euro 2004 e o processo Casa Pia ..... 97

### Carla Rodrigues Cardoso

Anúncio e capa de revista: territórios paralelos ou contíguos? ..... 111

## CALEIDOSCÓPIO

### João Manuel Rocha

Os media também nos dizem o que fazer – reflexões sobre a edição de 9 de Setembro de 1999 do jornal «Diário de Notícias» ..... 121

### Vanda Ferreira

Conteúdos jornalísticos auto-referenciais: entre o jornalismo e a publicidade ..... 129

### Carla Martins

A objectividade como «dever referencial» dos jornalistas ..... 143

### Telmo Gonçalves

A abordagem do enquadramento nos estudos do jornalismo ..... 157

### Sara Pina

Da realidade à ficção: a cobertura noticiosa da guerra do Iraque ..... 169

### Cristina Ponte

Contributos do realismo para o discurso jornalístico ..... 177

### Enric Sòria

A imprensa, veículo da literatura moderna. O jornalismo literário ..... 187

### Fernando Correia

Jornalistas portugueses – da homogeneidade aparente às distinções necessárias ..... 205

### Diana Andringa

Jornalismo, memória e amnésia ..... 217

### Christiana Martins

Uma fronteira – ou o jornalismo económico como forma de conhecimento especializado ..... 225

### Helena Garrido

Jornalismo económico em tempos de concentração – faces visíveis das pressões sobre a informação .... 233

### Alberto Vasconcelos

Jornalismo de saúde – evidências de um processo de especialização ..... 247

### Reto Mónico

O Regicídio na imprensa suíça ..... 253

# ÍNDICE

CALEIDOSCÓPIO

<b>Júlia Leitão de Barros</b> O cerco ideológico do Estado Novo à imprensa de «provincia».....	265
<b>Carla Baptista</b> Pedófilos na televisão e vampiros na sociedade – breve análise do tratamento mediático do caso Casa Pia .....	301
<b>Mafalda Barahona Chaveiro</b> O palco judiciário e a emoção mediática .....	307
<b>Mário Mesquita</b> O ecrã no lugar do juiz – ou a representação da justiça no cinema de Fritz Lang .....	319
<b>Varia</b> .....	327
<b>Recensões</b> .....	337
<b>Resumos</b> .....	353

# Departamento de Ciências da Comunicação, Artes e Tecnologias da Informação



UNIVERSIDADE LUSÓFONA  
de Humanidades e Tecnologias  
*Humani nihil alienum*

2004/05

