



Relatório Final

Mestrado em Ciências da Comunicação

2009/2010

Orientador: Mestre Fernando Zamith

Rui Miguel Pinto Azevedo

Porto, 2010

Índice

Agradecimentos	1
1. Introdução	2
2. O <i>Público</i>	3
2.1. História	
2.2. Funcionamento interno	6
3. Actividades efectuadas	7
3.1. Avaliação quantitativa	
3.2. Avaliação qualitativa	10
4. Reflexão	13
5. Jornalismo de Referência	14
5.1. O jornalismo nas sociedades ocidentais	16
5.1.1. Das origens aos valores	
5.1.2. A centralidade do papel jornalístico e a exigência de responsabilidade social	31
5.2. Entre o serviço e o negócio	43
5.2.1. A cultura tablóide e o jornalismo popular	
5.3. A modelização da informação jornalística	52
5.3.1. Marcas da imprensa de referência	
5.4. Na prática	64
5.4.1. O caso do <i>Público</i>	
5.5. Em síntese	81
6. Conclusão	83
7. Referências Bibliográficas	84
Anexos	

Agradecimentos

Aos meus pais,

Aos meus irmãos,

Aos meus amigos,

Ao Nuno Pacheco,

Ao Ricardo Jorge Pinto,

À Isabel Ventura,

Ao professor Fernando Zamith.

1. Introdução

O presente relatório pretende, antes de mais, dar a conhecer as actividades que levámos a cabo no âmbito dos três meses em que estagiámos na redacção do jornal *Público* no Porto, entre os dias 8 de Março e 8 de Junho de 2010. Por outro lado, propomo-nos igualmente dissertar em torno de um tema que a experiência de estágio nos fez estudar: o jornalismo de referência.

Começamos por apresentar a instituição em que estagiámos, patenteando o seu trajecto histórico e o caminho que ela percorreu até se transformar naquilo que é hoje, e dando conta da sua organização interna, o que nos permitirá perceber o seu modo de funcionamento.

Seguidamente, ocupamo-nos do trabalho efectuado, apreciando-o em termos quantitativos e qualitativos. Mais tarde, procedemos a uma análise crítica da experiência de estágio e expomos a nossa posição face à mesma e à forma como ela decorreu.

A fase seguinte consiste na abordagem do tema que resolvemos estudar. Quando iniciámos o nosso estágio no *Público*, surgiu o desafio de encontrar um assunto que pudéssemos discutir aprofundadamente. Ora, estando num jornal com o perfil do *Público*, que se assume expressamente como um jornal de referência, pensámos, desde logo, na possibilidade de abordar justamente o conceito de jornalismo de referência. Tanto mais que este é um tema de que não se fala muito e que não é regularmente analisado numa perspectiva específica.

A maior parte do relatório é, então, dedicada ao jornalismo de referência. Além de enquadrarmos teoricamente este tipo de jornalismo e de elencarmos as suas características concretas, procuramos perceber se, de facto, o *Público* denota uma feição consonante com a referência jornalística. Em termos gerais, o nosso objectivo é esclarecer o que representa, afinal, fazer jornalismo de referência.

2. O Público

2.1. História

As primeiras acções tendentes à fundação do *Público* ocorreram no Verão de 1988, quando um grupo de jornalistas, todos do jornal *Expresso*, começou a discutir a possibilidade de criar em Portugal um diário com o nível de exigência e qualidade dos grandes diários europeus de referência. Nesta altura, efectuaram-se igualmente os primeiros contactos entre esse grupo de jornalistas e a Sonae.

Entre Março e Abril de 1989, toma-se a decisão de avançar com o projecto jornalístico. O presidente do grupo Sonae, Belmiro de Azevedo, e o primeiro director do *Público*, Vicente Jorge Silva, realizam uma conferência de imprensa no Grémio Literário, em Lisboa, na qual apresentam o documento caracterizador do *Público* e que ficou conhecido como a *Magna Carta* do jornal, em que se estabelece que o *Público* «é o lugar de encontro entre um grupo de jornalistas e um grupo empresarial, a SONAE [...]»¹.

Ainda antes da fundação do jornal, os jornalistas que ajudaram a lançar o *Público* distribuíram-se, em Setembro de 1989, por duas redacções: uma na Quinta do Lambert, em Lisboa, e outra na rua Nossa Senhora de Fátima, no Porto. A 31 de Outubro deste ano, foi constituída a empresa que fundou o jornal – a *PÚBLICO, Comunicação Social S.A.*, pertencente à Sonaecom. Estava previsto que o jornal fosse lançado a 2 de Janeiro do ano seguinte, mas este plano foi abortado na véspera por força de problemas técnicos irresolúveis, o que deixou as redacções a realizarem sucessivos números experimentais, simulando situações reais.

O primeiro número do *Público* foi para as bancas a 5 de Março de 1990, trazendo, na capa, como principais destaques a sucessão de Álvaro Cunhal no Partido Comunista Português e um jogo entre o Sporting e o Futebol Clube do Porto, ganho pela equipa portista. Esta edição contemplava 48 páginas e apresentava uma versão para o Norte e outra para o Sul (Matos e Lemos 2006). A tiragem do primeiro número ultrapassou os 100 mil exemplares.

O *Público* é propriedade do grupo Sonae, liderado por Belmiro de Azevedo, e, de acordo com Correia (1997:89), «consolidou-se como um jornal de referência no

¹ Declaração subscrita pelo accionista e pela equipa editorial fundadora do *Público*.

contexto da imprensa portuguesa». O jornal retrata-se, no segundo ponto do seu Estatuto Editorial, como um «diário de grande informação, orientado por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência de ordem ideológica, política e económica» (apud Livro de Estilo do Público 2005:21).

Na chamada *Magna Carta* do jornal, apresentada em 1989, sublinhava-se a conveniência «da abertura do capital de PÚBLICO a outros accionistas» no sentido de «responder positivamente às estratégias ‘multimedia’ que se afirmam na Europa». O jornal desejava fazer parte do processo que na ocasião pretendia aproximar os órgãos de imprensa de vários países europeus detentores «de uma filosofia idêntica de informação». Os responsáveis do Público consideravam que a criação de um grande jornal diário de referência e expansão nacional em Portugal se projectava numa escala e numa vocação europeias, em sintonia dinâmica com a própria condição portuguesa numa Europa sem fronteiras». Nesta perspectiva, o Público integrou-se em 1991 na *World Media Network*, uma associação de vários jornais de referência mundiais, entre eles o alemão *Süddeutsche Zeitung*, o espanhol *El País*, o francês *Libération* ou o italiano *La Stampa*. Em conjunto com esta associação, o jornal publicou diversos suplementos especiais. Durante algum tempo, o Público teve também participações no seu capital social de empresas de comunicação estrangeiras, designadamente as que detêm o diário espanhol *El País* e o diário italiano *La Repubblica*. Hoje em dia, o Público está incorporado na Sonaecom, a sub-holding da Sonae para as áreas da comunicação.

Em Março de 1995, o Público inaugurou o seu site, tendo nascido a 22 de Setembro desse ano o *Público Online*. O site do Público foi o segundo em Portugal a publicar a edição impressa em HTML, passando em 2001 a disponibilizá-la em PDF aos assinantes. Actualmente, com cerca de um milhão de *page views* por dia, o site oferece aos utilizadores registados os suplementos semanais do Público, como também as edições dos últimos sete dias em texto integral. Desde Maio de 1999, o *publico.pt* fornece notícias actualizadas várias vezes ao dia (*ultimahora.publico.pt*). O site do Público inclui ainda um amplo conjunto de pequenos serviços de informação especializada (espectáculos, televisão, bares e restaurantes, *dossiers* temáticos, sumários do Diário da República, meteorologia, etc.).

O *Público* foi o primeiro jornal português a editar colecções, em 1992. Começou com livros, suplementos especiais e enciclopédias. A partir de 1999, passou a disponibilizar CDs e CD-ROMs, e a partir de 2003 DVDs. Desde 1997 publica igualmente, uma vez por ano, em colaboração com a Universidade Autónoma de Lisboa, o *Janus, Anuário de Relações Exteriores*.

No ano de 2001, o *Público* sofreu a primeira remodelação gráfica, feita pela empresa de design espanhola *Bega*. Em 2005, o jornal tinha oito suplementos temáticos: *Economia*, *Computadores* (2ª feira); *Y, Inimigo Público* (6ª feira); *Mil Folhas*, *Fugas*, *Xis* (sábado); e a *Pública* (domingo). Além disso, havia três edições diárias distintas com cadernos noticiosos regionais, destacáveis e dedicados às zonas do país por eles abrangidas: *Local Lisboa*, *Local Porto* e *Local Centro*.

A 12 de Fevereiro de 2007, o *Público* aparece com nova remodelação gráfica, a segunda desde a sua fundação, concebida pelo designer Mark Porter, autor do novo grafismo do diário britânico *The Guardian*. A remodelação foi acompanhada de diversas inovações editoriais. O logótipo foi alterado para um *P* vermelho de grande dimensão, com a palavra *Público* escrita a branco no seu interior. Já o caderno principal passou a contar com as secções *Destaque*, *Portugal*, *Mundo*, *Local* (deixou de ser um caderno à parte para se integrar no jornal), *Desporto*, *Economia* e *Espaço Público* (opinião). Criou-se um suplemento diário, destacável do meio do jornal e intitulado *P2*, para temas transversais, cultura, cartaz de espectáculos e televisão. Quanto aos suplementos semanais, foram redesenhados e concentrados em seis títulos, sendo distribuídos por três dias da semana – à sexta-feira, *Ípsilon* (cinema, teatro, música, livros, exposições, dança), *Inimigo Público* (suplemento satírico) e *Economia*, que interrompeu a publicação em 2009; ao sábado, *Fugas* (viagens) e *Digital* (novas tecnologias e internet, tendo a publicação sido interrompida em 2008); e ao domingo, como sempre aconteceu, a revista *Pública*.

Como se disse, o primeiro director do *Público* foi Vicente Jorge Silva, que desempenhou funções desde o arranque do jornal até 25 de Setembro de 1996. De 26 de Setembro de 1996 até 20 de Setembro de 1997 foi Nicolau Santos quem ocupou o cargo de director. Entre 20 de Setembro e 15 de Dezembro de 1997 Nuno Pacheco foi director interino. De 16 de Dezembro de 1997 a 5 de Março de 1998 o director foi Sarsfield Cabral. Entre 6 de Março e 31 de Agosto de 1998 Nuno Pacheco voltou a ser director

interino, enquanto de 1 de Setembro de 1998 a 31 de Outubro de 2009 o director foi José Manuel Fernandes (Matos e Lemos 2006). Desde 1 de Novembro de 2009, é Bárbara Reis a directora do *Público*.

2.2. Funcionamento interno

A redacção do *Público* no Porto estrutura o trabalho jornalístico em torno de áreas temáticas específicas, que correspondem a diferentes editorias: *Portugal* (10 jornalistas); *Economia* (3 jornalistas); *Cultura* (3 jornalistas); *Desporto* (7 jornalistas); e *Local* (6 jornalistas). Existem ainda outros sectores definidos, como o *Fugas*, nome de um dos suplementos do jornal e sector específico em que trabalham duas jornalistas; e o *Público Online*, em que trabalham dois jornalistas. Cada uma destas áreas é chefiada por um editor, à excepção do *Local Porto*, que conta com três editores. Há ainda o sector da Direcção, em que se encontra o jornalista que coordena a redacção e que pertence à Direcção Editorial do jornal.

Nesta redacção, há igualmente departamentos autónomos que, mesmo não sendo eminentemente jornalísticos, assumem capital importância para o regular funcionamento do jornal *Público*. Falamos da *Agenda*, área composta por dois elementos, cuja função passa por reunir a documentação necessária para o trabalho diário dos jornalistas e por informá-los dos serviços que lhes são marcados pelos diferentes editores; dos *Gráficos*, sector constituído por três elementos que tratam das diversas questões de natureza gráfica nas edições diárias do jornal; e a *Fotografia*, um sector formado por três repórteres fotográficos que captam as imagens presentes nas páginas do jornal. Note-se que estes três profissionais fazem parte dos quadros do *Público*, mas há mais alguns repórteres que costumam colaborar com o jornal, participando activamente nos serviços diários.

Para a comunicação interna e externa, existe na redacção do *Público* no Porto um *e-mail* institucional, que todos os trabalhadores possuem.

3. Actividades efectuadas

Este capítulo é dedicado à descrição e apreciação das actividades desenvolvidas no decurso dos três meses de estágio. Em primeiro lugar, damos conta, em termos quantitativos, do trabalho realizado e, depois, avaliamos esse trabalho, explicitando a maneira como o abordámos.

3.1. Avaliação quantitativa

O estágio contou com diversos trabalhos, ora na redacção ora no exterior, em reportagem. Ao nível da redacção, utilizávamos um endereço de correio electrónico que nos foi criado pelo departamento de informática e através do qual contactávamos não apenas com os jornalistas da redacção do Porto e de Lisboa, como também com as variadas fontes de informação. Outro dos importantes instrumentos de trabalho tinha naturalmente a ver com o sistema interno do jornal, em que se encontravam, entre outras coisas, os *layouts* das notícias (configuração das mesmas) e no qual redigíamos os textos. Diariamente, consultávamos também nesse sistema os *takes* disponibilizados pelas agências noticiosas sobre os diferentes domínios temáticos. Permanentemente, estávamos atentos às notícias de última hora divulgadas por estas agências, a fim de perceber se havia assuntos merecedores de cobertura informativa.

Ao longo do período de estágio, trabalhámos na secção *Local Porto*. Na redacção, inicialmente, ficámos incumbidos de fazer as rondas informativas diárias via telefone, nas quais procurávamos apurar ocorrências significativas da vida quotidiana, susceptíveis de tratamento noticioso, junto de determinadas entidades públicas – Protecção Civil do Porto; Protecção Civil de Braga; Protecção Civil de Aveiro; Protecção Civil de Viseu; Protecção Civil de Vila Real; GNR; Brigada de Trânsito do Porto; Brigada de Trânsito da Maia; Brigada de Trânsito de Santa Maria da Feira; Brigada de Trânsito de Braga; Bombeiros Sapadores do Porto; Bombeiros Voluntários Portuenses; Bombeiros Voluntários do Porto; Bombeiros Sapadores de Gaia; CODU; Centro de Previsão e Prevenção de Cheias do Rio Douro. Estes contactos telefónicos decorriam três vezes por dia (11h;15h;18h). A partir de certa altura, determinou-se que cada estagiário faria as rondas numa dada semana, pelo que passámos a desempenhar esta tarefa intercaladamente. Na sequência das rondas informativas, recolhemos várias informações que acabaram por não redundar em notícias, porque os editores as

consideraram pouco relevantes. Porém, também delas extraímos outras informações que levaram à produção de algumas notícias, como veremos adiante.

O primeiro serviço que nos atribuíram foi uma investigação sobre o conteúdo de um *e-mail* enviado a um dos editores do *Local Porto*, no qual se dizia que tinham aparecido, nas praias de Espinho, medusa tóxicas, oriundas da Austrália e capazes de pôr em risco a vida de quem com elas contactasse. Para nos certificarmos da validade desses dados, entrámos em contacto, a partir da redacção, por telefone, com as fontes que nos podiam dar informações sobre o assunto – o vereador do Ambiente da Câmara Municipal de Espinho; um responsável da Capitania do Porto do Douro, sob a égide do qual está a praia de Espinho; a coordenadora da Unidade de Saúde Pública do Centro de Saúde Boa Nova/Arcozelo, aonde se dirigem os habitantes de Espinho; e um responsável do Comando Distrital de Operações de Socorro de Aveiro. Nenhuma destas fontes tinha conhecimento de algo relacionado com as tais medusas e, por isso, o serviço foi abolido.

Dentre as notícias que produzimos, algumas foram publicadas no *site* e outras na versão impressa. As notícias colocadas no *site*² foram feitas apenas a partir da redacção – um acidente na A3 entre três veículos ligeiros, que provocou um morto e um ferido ligeiro; um acidente na A29, que afectou três veículos ligeiros e um pesado e do qual resultaram quatro feridos; e uma colisão entre um automóvel e um autocarro na Avenida da Boavista, que originou cinco feridos ligeiros: no âmbito desta notícia, ouvimos o chefe de equipa do Serviço de Urgência do Hospital de Santo António, para onde foram levados os feridos, bem como um elemento da Divisão de Trânsito da PSP do Porto. Estas três notícias resultaram das tais rondas informativas por telefone. Das notícias divulgadas no formato tradicional, houve umas que elaborámos somente na redacção e outras em que estivemos no terreno.

Apenas desde a redacção, e utilizando o telefone para entrevistar as fontes, redigimos notícias sobre diferentes assuntos: o lançamento da revista *Time Out Porto*, em que, para tal, entrevistámos o seu director; a explosão de uma salamandra a lenha que aquecia a sala de aulas de uma escola primária no concelho da Guarda, em que ouvimos o comandante dos Bombeiros Voluntários da Guarda e o vice-presidente da autarquia local, apurando ainda algumas informações com base em *takes* da Lusa; o

² Enviávamos para ultimahora@publico.pt as notícias a publicar no *site*.

prémio de acessibilidade ganho pela STCP, sendo que, para o efeito, falámos com a presidente desta empresa do Porto; a queda de um trabalhador nas obras do Pavilhão Multiusos de Lamego, em que entrevistámos um responsável da Protecção Civil de Lamego, o director de Relações Públicas do Hospital de Vila Real, para onde foi encaminhado o trabalhador ferido, e ainda um elemento da Autoridade para as Condições de Trabalho de Vila Real, que estava a analisar o caso; um acidente na A4, que provocou um morto e quatro feridos, em que recolhemos as declarações de um elemento dos Bombeiros Voluntários de Valongo e de funcionários dos gabinetes de comunicação dos hospitais que receberam os feridos, atendendo-se igualmente a informações da Lusa; o número de praias com bandeira azul em Portugal, no ano de 2010, uma notícia que ocupou uma página inteira e que constituiu destaque na contracapa; a alteração da data de início da Feira do Livro do Porto, em que nos servimos de alguns dados avançados pela Agência Lusa, sendo que também ouvimos o secretário-geral da APEL (Associação portuguesa de Editores e Livreiros, entidade organizadora das Feiras do Livro), o director da Feira do Livro do Porto, e ainda comunicámos via *e-mail* com a directora do gabinete de comunicação da Câmara Municipal do Porto; a reabertura ao trânsito do Túnel de Ceuta, após obras de reparação, uma notícia em que entrevistámos elementos da Polícia Municipal do Porto e da Divisão de Trânsito da PSP do Porto.

Quanto às notícias que envolveram reportagem no exterior, versaram sobre os seguintes assuntos: a visita do Primeiro-Ministro da Guiné-Bissau ao Hospital de S. João para assinatura de um protocolo na área da saúde entre o país africano e o hospital português, que resultou numa foto-legenda, em que incluímos as declarações do presidente do Conselho de Administração do Hospital de S. João e do presidente da Guiné-Bissau; a inauguração, na Estação de S. Bento, da embaixada do *Rock in Rio* no Porto, o que configurou nova foto-legenda, na qual evidenciámos algumas palavras de Roberta Medina, vice-presidente do *Rock in Rio*; o corte do telefone pela Portugal Telecom aos Bombeiros Voluntários do Porto devido a uma dívida antiga destes à empresa, o que nos levou às instalações da corporação portuense para entrevistar o seu presidente, sendo que, como se impunha, contactámos também a PT, não tendo havido, contudo, qualquer resposta da empresa em tempo útil; a apresentação do programa comemorativo do 25 de Abril no Porto, decorrida na Casa Sindical da cidade, uma notícia em que demos destaque a declarações de membros das organizações envolvidas

nas festividades; a cerimónia de início das obras do novo Terminal de Cruzeiros do Porto de Leixões e do Parque de Ciência e Tecnologias do Mar da Universidade do Porto, na Estação de Passageiros de Leça da Palmeira, que contou com o primeiro-ministro José Sócrates, uma notícia na qual ouvimos precisamente o primeiro-ministro, o presidente da Câmara de Matosinhos e o reitor da Universidade do Porto; uma reunião da Câmara de Matosinhos, de que destacámos sobretudo a convergência da autarquia com o discurso de Cavaco Silva dois dias antes nas comemorações do 25 de Abril, no qual o presidente da República sublinhou a necessidade de Portugal apostar na economia do mar e nas indústrias criativas; e a apresentação pela PSP do Porto, numa esquadra da cidade, dos resultados relativos à sua área metropolitana, no âmbito da operação nacional *Pela Vida Trave*, destinada a reduzir os atropelamentos mortais no país, uma notícia em que retratámos o cenário do Grande Porto ao nível dos acidentes rodoviários.

Realizámos uma outra notícia acerca do projecto *Porto de Futuro com Rugby*, apresentado numa escola do Porto (aonde nos dirigimos), com a presença do então seleccionador nacional de rãguebi Tomaz Morais e de alguns jogadores da selecção. Todavia, a notícia, por falta de espaço nos alinhamentos das edições desta altura, acabou por não ser publicada, embora tenha permanecido alguns dias no sistema do jornal. Para além das notícias já mencionadas, redigimos um pequeno texto sobre um assalto à agência dos CTT em Alfena, que foi incluído no topo de uma edição do *Local Porto* e que resultou de informações captadas aquando de uma ronda informativa.

Assim sendo, foram publicadas no jornal quinze notícias que elaborámos, enquanto no *site* se colocaram três notícias da nossa autoria, relacionadas com acontecimentos de última hora.

3.2. Avaliação qualitativa

A construção das diferentes notícias fez-nos entender que há determinados cuidados e parâmetros que devem ser considerados para que os produtos informativos de um jornal se possam tornar mais consistentes, eficazes e credíveis.

Estejamos perante uma notícia pequena, média ou grande, o que importa, acima de tudo, é procurar que essa notícia seja tão completa, rigorosa e clara quanto possível.

As experiências absorvidas através de cada prática noticiosa trazem à discussão questões específicas, mas acabam por remeter todas para uma finalidade comum – as informações que chegam ao público devem ser facilmente compreendidas e encaradas como confiáveis.

Desde logo, a primeira notícia que efectuámos, em torno do protocolo estabelecido entre o Hospital de S. João e a Guiné-Bissau na área da saúde, envolvia muitos números, entre as crianças guineenses e de outros países africanos internadas no hospital, as que já foram submetidas a intervenções cirúrgicas e regressaram ao seu país, as que estavam para chegar, as que foram e voltaram para receber novos tratamentos. Ora, perante dados que muitas vezes não coincidiam, perante tanta informação por precisar, tornou-se crucial proceder a uma cabal confirmação dos factos. Neste trabalho foi determinante o contributo do assessor de imprensa, por meio de quem se conseguiu aceder a um médico, membro da administração do hospital, cujos esclarecimentos tornaram a situação entendível. Conforme atestámos neste estágio, o contacto com diferentes fontes e o indispensável cruzamento das informações apuradas conduzem à veracidade e exactidão dos processos jornalísticos. A notícia acabou por ser apresentada sob a forma de foto-legenda. Mesmo não tendo muito texto e valorizando essencialmente a componente visual, esta é uma modalidade noticiosa que necessita obviamente de rigor.

Percebemos que, numa foto-legenda, estando a atenção centrada particularmente na imagem, que tem sempre uma dimensão considerável, é importante começar o texto com informações que ilustrem e complementem a fotografia, designadamente referências a pormenores visuais, capazes de transportar o leitor para o lugar do acontecimento retratado. Tem de haver entre a imagem e o texto uma relação de interdependência. O texto atribui à fotografia significados que ela por si não contém, suprimindo as suas limitações em termos informativos e podendo também dar ênfase a detalhes da fotografia que escapam aos leitores. No fundo, o texto e a imagem, numa foto-legenda, têm de formar um bloco jornalístico autónomo. Neste contexto, importa distinguir a foto-legenda da legenda de uma fotografia, que corresponde a um pequeno texto, normalmente subjacente à fotografia e com apenas uma frase. Ainda que a legenda possa ter os mesmos propósitos da foto-legenda, convém notar que a legenda de uma fotografia se insere sempre numa peça jornalística mais ampla, ao passo que a foto-legenda vive de si mesma.

Uma das principais noções resultantes deste estágio é a de que as notícias, na maioria das vezes, precisam de ser devidamente enquadradas e contextualizadas, para que os leitores lhes possam atribuir sentido. Por exemplo, na notícia que fizemos sobre o facto de a Portugal Telecom ter cortado o telefone aos Bombeiros Voluntários do Porto, não bastava apenas explicar que tal aconteceu por causa de uma dívida antiga desta corporação de bombeiros à empresa de telecomunicações. Foi também necessário clarificar todo o processo que desencadeou o diferendo entre as partes, para que os leitores ficassem a conhecer os reais motivos do caso e pudessem formar uma opinião sobre ele. Esta notícia serve também para sublinhar a necessidade imperiosa de ouvir e contrapor sempre as versões das diferentes partes envolvidas num determinado assunto. Neste caso concreto, apresentámos a perspectiva dos Bombeiros Voluntários do Porto, através das palavras do seu presidente, mas também não deixámos de considerar o lado da PT, tendo, por telefone, contactado inúmeras vezes o seu gabinete de comunicação, que, porém, não respondeu em tempo útil.

Outra preocupação que assimilámos tem a ver com a importância de a notícia ser aprofundada. De resto, já se sabe que os jornais, pela sua natureza, estão obrigados a explorar muito mais as matérias informativas do que os outros dois meios jornalísticos tradicionais (a rádio e a televisão). Em todas as notícias, procurávamos apurar o maior número possível de informações e recrutar tantos pontos de vista quantos considerássemos necessários para uma abordagem substancial das mesmas.

Fosse nas notícias elaboradas na redacção, fosse naquelas que nos levavam para o exterior, era esta a linha orientadora de actuação. É evidente que os *takes* divulgados pelas agências noticiosas encerraram grande utilidade e foram bases relevantes no trabalho que desenvolvemos. Mas pudemos compreender que, em várias circunstâncias, eles não eram suficientes. Os conselhos que recebemos também apontavam no sentido de alargar o tratamento dos temas noticiosos. Na realidade, nunca nos restringimos às informações oriundas das agências de notícias e estabelecemos contactos com várias fontes pertencentes aos mais diversos campos de actividade sobre os quais recaiu a nossa produção informativa. O objectivo foi naturalmente fazer chegar ao público notícias com profundidade e capacidade de o levar mais longe na interpretação da realidade.

4. Reflexão

No decurso deste estágio no *Público*, atravessámos diferentes fases e cumprimos etapas de forma ascendente. Do nosso ponto de vista, é natural que assim tenha sido, uma vez que a passagem pelo jornal significava enfrentar uma realidade desconhecida e radicalmente distinta do meio televisivo, em que decorreu a nossa primeira experiência profissional (RTP).

O período inicial foi marcado por uma adaptação a novas formas de pensar, novas técnicas, novas rotinas. O que tínhamos pela frente era um tipo de jornalismo com o qual não estávamos muito identificados. As dificuldades faziam-se sentir sobretudo em aspectos ligados ao modo geral de funcionamento da imprensa. Por vezes, não conseguíamos calcular da melhor forma a dimensão adquirida pelos textos em função dos caracteres a eles reservados e tendíamos exactamente a ultrapassar os limites estabelecidos para esses textos.

Entretanto, quando começámos a ser destacados pelos editores para fazer trabalhos de reportagem no exterior, quando passámos a ser solicitados para elaborar notícias com maior frequência e à medida que nos fomos familiarizando com os métodos e práticas característicos da imprensa, sentimos que o nosso desempenho noticioso foi evoluindo positivamente. Pouco a pouco, ganhámos cada vez mais confiança e apercebemo-nos de que estávamos crescentemente aptos e preparados para responder solidamente às solicitações e exigências que todos os dias surgiam, quer dentro do jornal, quer no terreno.

Tivemos também a oportunidade de alargar o nosso círculo de contactos em virtude da convivência com os jornalistas do *Público*, com as múltiplas fontes que encontrávamos nos locais a que nos dirigíamos e ainda com todas as outras com quem falávamos a partir da redacção, pelo que, a nível pessoal, o estágio também foi profícuo. A partir de certa altura, já recebíamos no *e-mail* do *Público* notas informativas de algumas instituições para divulgação pública de eventos por si organizados, algo que era naturalmente comunicado aos editores para que eles decidissem se os assuntos deveriam ser noticiados. A maior autonomia de que dispusemos neste estágio comparativamente ao da RTP deu-nos a possibilidade de exercer verdadeiramente o trabalho jornalístico, dotou-nos de maior experiência e permitiu-nos otimizar o nosso rendimento.

Ao longo do tempo em que permanecemos no *Público*, colhemos, então, valiosos ensinamentos sobre a realidade jornalística da imprensa. Foi uma experiência enriquecedora, que nos forneceu uma preparação adequada para o exercício da actividade jornalística e nos amadureceu em termos profissionais.

5. Jornalismo de Referência

Neste capítulo, debruçamo-nos sobre um conceito central nos estudos em torno dos média mas cujos contornos não são discutidos com a frequência desejável – o jornalismo de referência. Embora mencionado amiúde em conversas e discussões acerca da comunicação mediática, este conceito não tem sido abordado em trabalhos académicos com a especificidade e acuidade necessárias, permanecendo algo opaco. O que a nossa exposição pretende é apontar concretamente as características essenciais da imprensa de referência e contextualizar o seu significado no mundo. A segunda parte deste trabalho inclui uma análise a um dos diários portugueses mais prestigiados, a saber, o *Público*. Trata-se do momento em que aplicamos o material teórico construído anteriormente.

Inicialmente, expomos as raízes do jornalismo e apresentamos brevemente o seu percurso histórico-ideológico na civilização ocidental, de onde emanam as directrizes da identidade jornalística. Partimos da Antiguidade Clássica, atravessamos a Idade Moderna e chegamos ao cenário contemporâneo, para resgatar os acontecimentos fundamentais na construção dos preceitos que hoje definem conceptualmente a actividade jornalística. Com base nestes apontamentos iniciais acerca do modo como o jornalismo evoluiu e se instituiu ao longo dos tempos nos estados ocidentais, elencamos os seus valores.

De seguida, delimitamos o papel central reservado ao fenómeno jornalístico nas sociedades democráticas, nomeadamente na construção da realidade social, na promoção da cidadania e na vigia dos diferentes poderes. Tendo um impacto social tão grande, o trabalho de mediação jornalística exige uma elevada responsabilidade social, que se apoia na vertente ética. Feita esta contextualização, apontamos a matriz

ideológica da imprensa de referência, a qual se baseia nos princípios jornalísticos institucionais e na responsabilidade social.

Se teoricamente a missão jornalística enquanto serviço de utilidade pública é inquestionável, não é menos certo que várias práticas noticiosas consolidadas a partir da segunda metade do século XX, no panorama comunicativo mundial, têm mostrado um claro desvio dos média para uma lógica economicista, em que a notícia deixa de ser um bem colectivo e se integra no domínio do entretenimento, visando o lucro imediato. A propósito, assinalamos a emergência de uma cultura tablóide nos média, responsável pela criação de um jornalismo de cariz popular, vocacionado para o sensacionalismo, que acabou por ganhar o seu espaço. Lançamos um olhar sobre este tipo de jornalismo e opomo-lo à imprensa considerada séria, tendo em vista a demarcação das duas realidades informativas e, conseqüentemente, um melhor entendimento das diferenças entre as mesmas.

Após estas últimas considerações, direccionamos a nossa atenção para o objectivo fundamental do trabalho, que diz respeito à identificação e caracterização dos traços marcantes do jornalismo impresso de referência. Nesta tarefa, temos em conta princípios morais, aspectos técnicos, formais e outros relacionados com o processo de produção jornalística. Explicitados os elementos que tipificam a imprensa de referência, exemplificamos alguns dos principais jornais deste género a nível mundial.

A última fase desta reflexão possui uma dimensão prática e consiste numa apreciação transversal da linha de actuação do *Público*, jornal português que, no seu livro de estilo, se retrata como um projecto que quer marcar a diferença, no contexto da imprensa diária em Portugal, pela exigência e pela qualidade, na senda do que fazem os principais jornais europeus e mundiais. A nossa intenção é perceber em que medida o jornalismo do *Público* se orienta neste sentido e reflecte as características associadas à imprensa de referência. Para o efeito, contamos com a cooperação de dois jornalistas experientes e credenciados, que entrevistámos no âmbito deste trabalho e que pertencem a órgãos de comunicação social vistos como sendo de referência – Nuno Pacheco, director adjunto do *Público*, junto de quem apurámos os fundamentos subjacentes à estrutura e prática profissional do jornal; bem como Ricardo Jorge Pinto, coordenador da delegação do semanário *Expresso* no Porto, de quem obtivemos uma perspectiva especializada sobre a referência jornalística e a ligação desta ao jornalismo do *Público*.

Cruzamos as duas visões e articulamo-las com as ideias desenvolvidas durante as diferentes partes do capítulo, para fortalecer as notas finais sobre o tema discutido.

5.1. O jornalismo nas sociedades ocidentais

5.1.1. Das origens aos valores

Quando falamos da vida em sociedade, temos inevitavelmente de considerar o trabalho desempenhado pelos média e a influência que eles exercem sobre as acções diárias dos indivíduos. Como sublinha França (1998:26), o jornalismo «[...] *nasce da pulsão de falar o mundo, falar o outro, falar ao outro [...]*», constituindo parte do ‘dizer’ social. Desde sempre, um pouco por todo o mundo, as diversas populações sentiram a necessidade de trocar mensagens, partilhando vicissitudes e procurando saber o que se passava no meio em que viviam, como também em outros locais mais distantes, para tomar conhecimento das novidades, dos principais acontecimentos ocorridos, das decisões importantes, das ideias dominantes. Surgiu, então, a notícia como forma de dar a conhecer às pessoas, mediante o interesse público, os factos que elas não captavam de forma sensorial e imediata pelas próprias experiências, o que as ajudava a gerirem com maior conforto as suas vidas. Além disso, sempre houve a consciência de que os diferentes interesses existentes teriam de ser confrontados e discutidos num espaço público e intermédio, em que todos se pudessem manifestar para criar bases de entendimento.

Neste contexto, o jornalismo começou a afirmar-se enquanto veículo de comunicação em larga escala, incumbido da difusão de informação útil para os cidadãos e da integração destes na plataforma comum de debate social. Conforme observa Tavares (2007), o jornalismo assume-se um interlocutor no interior da sociedade, funcionando como mediador temporal e espacial das interacções nela ocorridas. Outra tarefa que passou a pender sobre a comunicação mediática foi a fiscalização do exercício dos poderes, destinada à defesa dos direitos humanos. A actividade jornalística está, portanto, associada ao desenvolvimento da cidadania e à solidificação da índole democrática da sociedade civil. Simultaneamente, acaba por representá-la através das construções da realidade que diariamente faz, ao apresentar sob critérios e regras profissionais os assuntos de actualidade. As funções atribuídas aos média, pela

centralidade que assumem, tanto legitimam os jornalistas perante o público, quanto deles exigem preocupações e cuidados vinculados. Tais funções resultam de valores historicamente edificados. Importa, pois, observar sucintamente o trajecto percorrido pelo jornalismo durante as diferentes épocas do Ocidente (em que se encontram as suas raízes), para apontar os princípios acostados à génese da prática jornalística, os quais nos vão permitir lançar luz sobre a matriz ideológica que configura a imprensa de referência.

De acordo com Sousa (2008:2), «*o jornalismo é uma representação discursiva de factos e ideias da vida do homem, construída para se contar ou mostrar a outrem*», ou seja, «*é uma representação discursiva da vida humana na sua diversidade de vivências e ideias*». O autor admite, por isso, a existência dos primeiros vestígios³ jornalísticos em períodos históricos longínquos:

[...] pode dizer-se que o jornalismo vai buscar a sua origem mais remota aos tempos imemoriais em que os seres humanos começam a transmitir informações e novidades e a contar histórias, quer por uma questão de necessidade (nenhuma sociedade, mesmo as mais primitivas, conseguiu sobreviver sem informação), quer por entretenimento, quer ainda para preservação da sua memória para gerações futuras (o que, simbolicamente assegura a imortalidade).

Ao longo dos séculos, os povos aperfeiçoaram a arte de contar histórias e de narrar as novidades, tendo igualmente progredido na divulgação fidedigna desses factos aos seus semelhantes. A comunicação entre as pessoas haveria de evoluir substancialmente com a invenção da escrita, um fenómeno que desencadeou várias mudanças, designadamente no que toca aos actos administrativos – muitos deles começaram a ser registados, como comprovam achados arqueológicos em que são visíveis registos dos escribas egípcios. Mas a possibilidade de escrever os acontecimentos sucedidos veio introduzir uma alteração, porventura mais considerável, ao nível da transmissão de informações e da preservação da memória histórica. Esta transformação deu-se na Mesopotâmia, cerca de 3.500 anos a.C., quando a escrita começou a registar a memória dos povos, substituindo a tradição oral. Assim, a pré-história converteu-se em história. A transmissão de dados passou a processar-se com recurso a meios externos e não biológicos (oralidade). Tratou-se de uma conquista pré-

³ A título exemplificativo, atendamos a algumas pinturas rupestres feitas pelos povos primitivos, as quais se mostram testemunhos iconográficos de acontecimentos significativos da sua vida quotidiana, ainda que possam ter tido outros objectivos, ora artísticos ora mesmo místicos ou mágicos (Sousa 2008).

jornalística, que, todavia, marcou um salto importante na concepção do trabalho jornalístico. Aliás, foi o aparecimento desta transmissão de dados por meios externos que levou, muito tempo depois, ao aparecimento do jornalismo como hoje o concebemos (Sousa 2008).

Estas marcas históricas correspondem aos sinais mais antigos do jornalismo e servem para entender os seus passos primordiais. Ainda assim, e embora a origem⁴ exacta do jornalismo não alcance consenso no seio da comunidade académica, balizamos o nascimento da actividade jornalística na Antiguidade Clássica, concretamente na antiga Grécia, em consonância com as ideias de Sousa (2008):

Pode dizer-se que, historicamente, o primeiro grande fenómeno que contribuiu para fixar a matriz do que veio a ser o jornalismo proveio dos antigos gregos. Aliás, é graças aos gregos e, posteriormente, aos romanos, que temos hoje em dia a Civilização Ocidental (somos filhos de Atenas e de Roma!).

Tendo começado a desenvolver-se aquando da época em que se criaram as bases do mundo ocidental, o jornalismo foi-se formando à luz dos ditames que orientaram esta civilização. Com efeito, a forma como o jornalismo se configurou nas sociedades ocidentais, embora não tenha conduzido ao estabelecimento de um jornalismo consensual, tanto no universo académico quanto no universo profissional, permitiu-nos reconhecer algumas características essenciais da actividade (Benedeti 2006).

Independentemente dos múltiplos constrangimentos sociais, políticos e económicos que sempre afectaram a comunicação jornalística, a história do Ocidente mostra-nos como o jornalismo absorveu princípios fundamentais que actualmente o singularizam, conferindo-lhe um papel decisivo em muitas sociedades. Desde logo, assistiu-se na civilização grega, por ocasião do milénio anterior ao nascimento de Cristo

⁴ Há três correntes dominantes sobre a origem do jornalismo. As duas primeiras têm um carácter sócio-cultural e a última é de índole técnica: i) o fenómeno jornalístico existe desde a Antiguidade porque desde esta altura existem dispositivos para a partilha regular e organizada de informações actuais, isto é, para a partilha de notícias; ii) o fenómeno jornalístico é uma invenção da Modernidade e decorre da emergência da tipografia, assim como do aparecimento, exposição e aquisição de periodicidade da imprensa na Europa, apesar de ter como antecedente imediato as folhas noticiosas volantes, manuscritas e impressas, que surgiram na Baixa Idade Média e no Renascimento; iii) o fenómeno jornalístico nasce no século XIX por força do surgimento de dispositivos técnicos, nomeadamente impressoras e rotativas, que possibilitaram a massificação dos jornais, e da invenção de dispositivos auxiliares que viabilizam a transmissão da informação à distância (telégrafo e cabos submarinos) e a obtenção mecânica de imagens (máquinas fotográficas) – estes progressos técnicos, aliados à necessidade de notícias fizeram aparecer as agências noticiosas internacionais, que transformaram o jornalismo no principal dispositivo modelador da “aldeia global”, à luz da metáfora de McLuhan (Sousa 2008).

(o milénio de ouro dos gregos), ao florescimento de notáveis avanços, que ajudaram a definir o campo jornalístico:

A Grécia, enriquecida com o comércio, a agricultura e a pastorícia, ajudada pelo clima e por um modo de vida propiciador de vidas longas e saudáveis, gerou a filosofia, viu surgir a democracia ateniense e o primeiro sistema jurídico digno deste nome (configurador dos modernos estados de direito), cultivou a retórica, fez brotar do tronco-comum da filosofia as primeiras ciências, entre as quais a história e a geografia, e cultivou as artes [...]. A retórica, ligada à política e ao direito (vida nos tribunais), a literatura, a historiografia e os relatos geográficos e etnográficos foram, assim, alguns dos contributos dos antigos gregos para a fixação, muitos séculos depois, dos valores e formas de agir dos jornalistas [...] (Sousa 2008:4).

Foi na antiga Grécia que a historiografia de acontecimentos vividos, forma mista entre o jornalismo e a história, adquiriu um carácter mais factual e, por conseguinte, mais jornalístico. Desenvolvida a partir do século V a.C., a historiografia grega foi a primeira a ser praticada com intenção de verdade, respeitando os factos históricos e separando-os das lendas, dos mitos e da religião. Estas preocupações estão plasmadas, por exemplo, na obra *História da Guerra do Peloponeso*, de Tucídides, considerado o “primeiro repórter”. Tucídides foi também o primeiro a apartar-se dos deuses para explicar o curso da história, o primeiro a avaliar as fontes com espírito crítico para atestar a sua credibilidade e ainda o primeiro a imputar com clareza as causas dos acontecimentos históricos à acção dos homens (*idem, ibidem*).

À semelhança da civilização helénica, Roma empenhou-se no cultivo das artes, da filosofia, da retórica – o sistema jurídico romano foi o mais importante do mundo antigo – e da política, sendo que, durante o período republicano, o governo romano estava estribado num sistema “democrático”. Se na antiga Grécia o espaço público correspondia simbolicamente à *Ágora*, a praça central onde os cidadãos podiam discutir, de maneira racional e livre, a governação e os negócios, em Roma era o *Fórum*, centro cívico da cidade, a representar o espaço colectivo de confluência pública, uma concepção que o jornalismo veio a encarnar. Na antiga Roma, destacavam-se as *Actas Diurnas*, que são apontadas como os primeiros veículos mundiais de cariz jornalístico e como os antecedentes mais remotos dos modernos jornais. Cuadrado (2007), citado por Sousa (2008:19), refere-se a elas da seguinte forma:

O primeiro exemplo seguro de jornalismo na história da humanidade, ainda que, como é lógico, não reúna todas as características que se exigem actualmente [...].

As *Actas Diurnas* eram afixadas e, com uma periodicidade mais ou menos regular (crê-se que tenha sido mesmo diária em certas fases), noticiavam inicialmente as sessões do Senado Romano e os procedimentos judiciais mais importantes, acabando depois por relatar diversos assuntos, como os acontecimentos principais da Cidade e do Império, os actos públicos da família imperial, os combates de gladiadores e outros. Os escribas públicos das oficinas do Estado e os editores privados faziam cópias das *Actas*, as quais eram igualmente enviadas para as províncias, para governadores, para funcionários e até para subscritores privados, que, mesmo longe de Roma por razões de serviço público, negócios ou vida privada, gostavam de se manter informados acerca do que se passava na sede do Império. A exemplo dos jornais contemporâneos, as *Actas Diurnas*⁵ difundiam produtos noticiosos, que eram o grosso dos conteúdos publicados. (Sousa 2005; *idem*, 2008). A componente noticiosa destes documentos já nos remete para a noção de interesse público, prevalente na orgânica jornalística e baseada na divulgação pública das informações socialmente relevantes.

Os progressos verificados na Antiguidade Clássica revelaram-se cruciais para erguer a ordem democrática que haveria de se incorporar no paradigma cultural do Ocidente e de modelar, em consequência, o jornalismo. Depois de a Grécia e, mais tarde, Roma terem presenteado a humanidade com a razão e um humanismo precoce, a Idade Média⁶ instituiu, entre os séculos IV e XIV, regimes quase teocráticos que mergulharam a Europa Ocidental num processo de definhamento. Durante mil anos, como explica Sousa (2008), a influência obscurantista da Igreja Católica enfraqueceu tanto o conhecimento racional construído ao longo da civilização greco-romana, como as conquistas educativas, sociais, políticas e culturais dos povos da Grécia e do Império Romano, contribuindo pouco para o desenvolvimento jornalístico. Ao invés, com a chegada do Renascimento (entre os finais do século XIV e meados do século XVI), há um recrudescimento social e cultural. O período renascentista é incontornavelmente

⁵ Cádima (1996 *apud* Sousa (2008) diz que, no fundo, as *Actas Diurnas* foram um verdadeiro instrumento de poder dos imperadores romanos e que, apesar da sua utilidade e da sua divulgação em Roma, elas nem sempre eram aceites de ânimo leve, nomeadamente por filósofos e escritores. De qualquer modo, a nossa menção a estas *Actas*, no âmbito deste trabalho, tem por objectivo enfatizar a dimensão noticiosa destas publicações na civilização romana, o que, a despeito de estas notícias serem mais ou menos autorizadas, antecipa a lógica jornalística da difusão social dos assuntos com interesse público, ou seja, dos assuntos que interessam à vida colectiva.

⁶ Como indica Sousa (2008), a conjuntura medieval pouco incentivou o surgimento e desenvolvimento de fenómenos pré-jornalísticos, ressaltando, contudo, deste período as crónicas, as cartas informativas e os relatos de viagens. Vale a pena ainda dizer que data do final da Idade Média a primeira advertência formal contra a propagação de notícias falsas ou inoportunas, tidas como um perigo grave (no ano de 1275, em Inglaterra, foram feitas as primeiras ordenações neste sentido).

pontuado pelas folhas volantes ou noticiosas (também denominadas *relações*), que já continham algumas notícias com manifesto interesse público, mas sobretudo pela invenção de Gutenberg, em meados do século XV – um método tipográfico que criava inúmeros caracteres a partir de metal fundido. Com a instalação de tipografias por toda a Europa, disseminou-se a produção de folhas volantes ou noticiosas e, depois, de gazetas, que, tendo sido publicadas periodicamente, representam os antepassados directos dos jornais actuais (Sousa 2005; *idem*, 2008). A invenção de Gutenberg garantiu às pessoas a transmissão de mensagens escritas fielmente, à distância, e respondeu a outras necessidades⁷ que os indivíduos tinham naquele tempo, tendo contribuído para «racionalizar a cultura europeia e desviá-la rebeldemente da autoridade escolástica, da teocracia e do magister dixit, em favor da liberdade de pensamento e de expressão, do inconformismo e da tolerância» (*idem*, 2008), preceitos que foram determinantes para construir a natureza democrática do processo jornalístico.

No século XVI⁸, já dentro da Idade Moderna, as folhas noticiosas consolidaram-se e começaram, paulatinamente, a transformar-se em jornais. As folhas noticiosas comerciais, nomeadamente, já incluíam informações sobre a disponibilidade e preços de vários bens e serviços, notícias políticas e militares passíveis de afectar os negócios, entre outras matérias. Estas publicações, pela sua exactidão, são vistas como precursoras dos jornais “de qualidade”⁹ (Sousa 2008), designação atribuída recorrentemente aos jornais de referência. O século XVII, por sua vez, testemunha o aparecimento das gazetas¹⁰, os primeiros jornais dotados de uma atitude eminentemente informativa, que

⁷ O sistema tipográfico de Gutenberg foi uma resposta engenhosa às necessidades das pessoas que, nas décadas de quarenta e cinquenta do século XV, utilizavam e admiravam o documento escrito, permitindo que as mensagens impressas, para além de difundidas fielmente e à distância, se dirigissem a um elevado número de indivíduos e fossem transmitidas a baixo custo (Sousa 2008).

⁸ Este século assiste também ao surgimento dos livros noticiosos, publicações de maior volume e mais diversificadas nos conteúdos do que as folhas volantes. Embora não deixassem de conter assuntos de cariz sensacionalista, os livros noticiosos já apresentavam notícias consideradas sérias e com valor histórico, acabando por influenciar o jornalismo noticioso (Sousa 2008).

⁹ Entendemos a expressão *jornais “de qualidade”* como designativa dos jornais de referência, uma associação que é feita frequentemente. Adiante, ocupamo-nos deste ponto, abordando-o com profundidade.

¹⁰ As gazetas consistem numa evolução do conceito de “livro noticioso”, sendo publicações mais frequentes, muito menos volumosas, de menor custo e com notícias mais actuais do que os livros noticiosos. Ainda que, por vezes, apresentassem características propagandísticas, argumentativas e moralistas, as gazetas demonstravam ambição noticiosa e capacidade de selecção da informação, tendo dado origem ao jornalismo noticioso. Refira-se também que as *newsletters* das casas comerciais europeias assumiram importância na formatação de gazetas mais sérias e alastraram este efeito às restantes gazetas (Sousa 2008).

vão levar à consagração do jornalismo noticioso – o jornalismo moderno. A notícia torna-se um elemento indissociável do fenómeno jornalístico.

Pese embora o formato estrutural das gazetas estar definido, emergem por esta altura, na Europa, dois modelos normativos e funcionais de jornalismo: o modelo inglês e o francês. Enquanto o primeiro preconiza a liberdade de imprensa, o segundo determina o controlo sobre a imprensa. Como nota Sousa (2008:47), o modelo inglês «*propõe o paradigma em que se fundará o jornalismo ocidental contemporâneo*». Instituído numa conjuntura favorável¹¹, ainda que obrigado a enfrentar alguns obstáculos¹², este modelo inglês de imprensa caracteriza-se pelas liberdades formais, assentes nas premissas do racionalismo, como sejam a liberdade de pensamento, a liberdade de expressão e, em decorrência delas, a liberdade de imprensa, assim como por um sistema jornalístico baseado em jornais de vários tipos (jornais noticiosos, generalistas ou especializados, os jornais culturais e científicos, e os jornais políticos “de partido”¹³), daí que, pela primeira vez, os jornais não se limitassem a ser veículos de notícias, passando a ser olhados como instrumentos a usar na arena pública e na luta política pelo poder, num cenário de discussões livres e racionais sobre os problemas. Este padrão jornalístico britânico, tendo sido o primeiro a assegurar formalmente a liberdade de expressão e de imprensa, acabou por estabelecer os valores do modelo ocidental de jornalismo e dos profissionais que o praticam.

O século XVIII foi fundamental para a estruturação do jornalismo. Neste período, também apelidado de Século das Luzes por influência do Iluminismo, verificou-se um fortalecimento da prática jornalística, traduzido na criação do *espaço público moderno*. É um conceito que se instaura quando desponta o hábito de frequentar cafés e clubes de cavalheiros, espaços onde se debatiam, de forma racional, assuntos políticos e económicos, temas literários e científicos, as velhas e novas ideias. A

¹¹ No final do século XVII, enquanto a maioria dos países europeus estava sob a égide do absolutismo régio, que impelia um apertado controlo da imprensa, em Inglaterra a revolta contra este absolutismo e a luta pelo parlamentarismo, especialmente após o triunfo da Revolução Gloriosa de 1688, proporcionavam um agradável ambiente de liberdade de pensamento, de expressão e de confronto político.

¹² A conjuntura em que o modelo inglês de imprensa se instalou era, de facto, benéfica, mas não podemos deixar de referir que o seu percurso foi longo e complicado, uma vez que a Inglaterra também passou por períodos de controlo da imprensa, com o regime das licenças e da censura, antes de alcançar um modelo normativo e funcional de jornalismo propiciador da liberdade de pensamento e expressão e da argumentação jornalística.

¹³ Os jornais políticos “de partido”, em particular, pretendiam não apenas noticiar mas também argumentar e chamar racionalmente partidários para uma determinada causa, possuindo uma finalidade noticiosa e política, que levará à construção de um novo espaço público com capacidade de substituir a *ágora* grega e o *fórum* romano enquanto espaço de discussão livre e racional (Sousa 2008).

discussão pública destas questões respeitantes à vida colectiva fazia agora nascer novas *ágoras* e novos *fóruns*.

Para Habermas (1984), citado por Sousa (2008), a ideia de espaço público é aplicável à democracia ateniense e à romana (no tempo da República em Roma), pois nelas os cidadãos integravam o processo de discussão política de informações e opiniões que permitia a tomada de decisões, tal como já salientámos. Contudo, na óptica do autor alemão, o espaço público moderno só começa efectivamente a ganhar forma no século XVIII, sendo também, apenas, nesta época que surgem os conceitos de *público* (no sentido do que deve ser publicitado, tornado público) e *privado*.

Primeiramente, a noção de espaço público de Habermas concerne ao espaço onde se constroem as opiniões, onde se tomam as decisões e onde se legitima o exercício do poder. No fundo, é o espaço do debate e do uso público da razão argumentativa. Numa fase inicial, esta noção concretizava-se na vida social, nos debates racionais sobre os mais diversos assuntos¹⁴ que se realizavam nos cafés, clubes e salões, em linha com o espírito iluminista. Estávamos perante um espaço público “físico”, à imagem da *ágora* grega e do *fórum* romano. Mas com a irrupção da imprensa, os debates que antes se efectuavam naqueles lugares transitaram para os jornais e para as revistas, pelo que a imprensa se converteu na primeira grande instância mediadora do espaço público moderno, tornando-o mais “imaterial” e “simbólico” (*idem, ibidem*).

O século XVIII mostra igualmente o crescimento do jornalismo na América. Após a promulgação da liberdade de expressão¹⁵ em território norte-americano, os Estados Unidos transformaram-se no país onde ocorreram as principais mudanças jornalísticas que se registaram durante os séculos XIX e XX, as quais redimensionaram o jornalismo praticado na Europa e, de modo geral, no resto do mundo.

A entrada das sociedades ocidentais no século XIX coincidiu com a entrada da imprensa na contemporaneidade. Neste século, houve uma expansão das ideias liberais

¹⁴ Nestes debates, discutia-se desde política e economia até assuntos militares, literatura ou artes.

¹⁵ Em 1776, a Declaração de Independência dos Estados Unidos da América libertou definitivamente as colónias inglesas, no país, do controlo do governo britânico, o que levou o congresso norte-americano a aprovar dez emendas, isto é, dez propostas parlamentares que introduziram alterações na Constituição e que, em conjunto, ficaram conhecidas por *Bill of Rights*. A Primeira Emenda afiança, até hoje, o carácter constitucional e inviolável da liberdade de expressão nos EUA, garantindo, por isso, a liberdade de imprensa, graças à qual os Estados Unidos se tornaram o maior produtor de bens culturais e o país gerador das transformações mais importantes no jornalismo ao longo do período contemporâneo (Sousa 2008).

e do espírito burguês, a que se liga a liberdade de imprensa. É perante este cenário que se implementa a imprensa política, também chamada opinativa, combativa ou “de partido” (*party press*). Era uma imprensa de elites, interveniente no combate político-ideológico, mas concomitantemente noticiosa, literária e divulgadora de ideias e descobertas. Dominante na Europa e na América Latina durante a primeira metade do século XIX, esta imprensa, como afirma Álvarez (1992), citado por Sousa (2005), inspirou os jornais de referência, que herdaram as suas qualidades e as da imprensa de negócios desta época – rigor, exactidão, sobriedade de conteúdos, análise e opinião, independência e culto da objectividade (até aos anos setenta do século XX¹⁶). Entretanto, a popularização¹⁷ dos jornais, iniciada nos anos trinta deste século, não esmoreceu o jornalismo de referência. De resto, a imprensa de referência e a imprensa popular coexistiram sem que esta última tivesse impedido o desenvolvimento da primeira (Sousa 2005, *idem*, 2008).

Apesar das diferentes evoluções jornalísticas, vislumbra-se, a partir do final do século XIX, um jornalismo noticioso generalista que, pese embora as difíceis relações com o campo político e o cariz nacionalista do discurso, passa a ser julgado como uma actividade de recolha, processamento (selecção, hierarquização, transformação discursiva) e divulgação de informações socialmente relevantes sob a forma de notícias. O jornalismo consolida-se enquanto profissão e vê nascer a sua cultura e ideologia profissionais (*idem*, 2008).

¹⁶ Nos anos sessenta do século XX, houve uma renovação estilística e funcional do jornalismo. Por esta altura, algumas correntes jornalísticas, baseadas nas ideias construtivistas da sociologia e da linguística, puseram em causa a objectividade jornalística, até então um preceito irrefutável do jornalismo ocidental. De acordo com estes movimentos de pensamento, a objectividade consistia num logro e num ritual estratégico. Neste sentido, o termo refere-se a procedimentos de rotina materializados em atributos formais (citações, por exemplo) e que protegem os jornalistas de erros e das críticas. É, neste contexto, que surge o segundo Novo Jornalismo, um segundo movimento do Novo Jornalismo (ver nota abaixo), que enveredou pela subjectividade nos relatos noticiosos e que retomou o jornalismo de investigação em profundidade. Outras correntes não perderam a ambição de objectividade, concebendo-a como um método que fornece rigor à informação (Tuchman 1978; *idem* 1972; Sousa 2005; *idem* 2008).

¹⁷ A primeira geração de jornais populares (*penny press*) surge na década de trinta do século XIX nos Estados Unidos e rapidamente se estende à Europa. São jornais que reconfiguram o espírito inerente à génese do jornalismo moderno (séculos XVI e XVII), procurando sobretudo o lucro económico. Por seu turno, a segunda geração de jornais populares, também conhecida por imprensa popular de massas ou Novo Jornalismo, apareceu no final do século XIX, em particular no período entre 1890 e 1900. É certo que o Novo Jornalismo, tal como a primeira geração da imprensa popular, conferiram ao jornalismo um carácter mais noticioso e factual do que a imprensa opinativa, propensa a ideias, mas também é evidente que o tornaram mais sensacionalista. O Novo Jornalismo, cujos principais impulsionadores foram os empresários Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst, introduziu novos ritmos e modelos na imprensa norte-americana, tendo contado, para tal, com o importante papel das agências noticiosas. (Sousa 2005; *idem* 2008).

A incursão histórica que fizemos deixa clara a inter-relação do jornalismo com o padrão cultural das sociedades ocidentais. Na verdade, a diferenciação de épocas particulares nesta caminhada jornalística pelo Ocidente faz-nos perceber que existe um significado comum entre as acções individuais dos agentes históricos e os acontecimentos que eles desencadearam, ou seja, cada uma dessas épocas, em virtude das respectivas circunstâncias, concorreu para construir os pilares que sustentam o sistema jornalístico. Por isso, as características estruturantes do jornalismo estão reflectidas na cultura ocidental.

Sproviero (1998) define o Ocidente como um grande sistema cultural resultante da síntese de três culturas: a grega, a romana e a judaica, esta na vertente cristã. Philippe Nemo (2004) reitera este pensamento e nomeia os cinco acontecimentos principais que, a seu ver, moldam a civilização ocidental – a invenção da cidade, da liberdade, da ciência e da escola pelos gregos; a invenção do direito, da propriedade privada, da noção de indivíduo e do humanismo por Roma; a revolução ética e escatológica da Bíblia, subjacente à cultura judaico-cristã; a Revolução Papal dos séculos XI a XIII, que usou a razão trazida pela civilização greco-romana para introduzir a ética e escatologia bíblicas na história, originando a primeira junção notória entre Atenas, Roma e Jerusalém; e ainda a promoção da democracia liberal, levada a cabo pelas grandes revoluções democráticas e burguesas. Para Nemo (2004), apenas as sociedades que presenciaram os acontecimentos referidos podem ser consideradas ocidentais. Embora não reúna unanimidade¹⁸, esta ideia revela-nos, segundo o autor, as instituições e os valores que identificam o Ocidente: o estado de direito, a democracia, as liberdades intelectuais, a ciência e uma economia de liberdade assente na propriedade privada.

¹⁸ Consoante Nemo (2004), somente a Europa Ocidental e a América do Norte podem ser apelidadas de sociedades ocidentais, pois só elas passaram pelos tais cinco acontecimentos. As sociedades que viveram apenas alguns dos acontecimentos mencionados, como as integrantes da América Latina, são consideradas próximas do Ocidente, enquanto as que não registaram qualquer um daqueles momentos básicos são reputadas estranhas ao Ocidente (*idem, ibidem*). Alguns reparos têm sido feitos às palavras de Nemo. Macedo (2006) diz que esse raciocínio preconiza a superioridade do Ocidente face às restantes culturas. Já Benedeti (2006) afirma que a distinção entre as sociedades ocidentais e as outras é questionável, pois, sendo esta uma questão cultural, as diferenças em termos de experiências históricas são muitas vezes compensadas por processos de aculturação. Ainda assim, Benedeti (2006) reconhece que a distinção tem pertinência, atendendo a que a vivência dos acontecimentos importantes para a formação da cultura ocidental consolida, de modo efectivo, os valores criados. Aliás, a autora, na sua dissertação, toma a cultura ocidental como referência para abordar o jornalismo no Brasil. O próprio Nemo (2004) faz questão de notar que os valores construídos ao longo da história cultural do Ocidente não são propriedade exclusiva de quem quer que seja actualmente, podendo ser apreendidos por todos os povos, desde que eles os considerem importantes. Não obstante as diferentes visões sobre o Ocidente, concebemos claramente os princípios da cultura ocidental como paradigmáticos para entender o jornalismo nos dias de hoje.

Conforme indica Benedeti (2006), a democracia é, sem dúvida alguma, fundamental para a caracterização do Ocidente e, conseqüentemente, da actividade jornalística. À democracia liga-se naturalmente a liberdade, daí que o modelo ocidental de jornalismo¹⁹, apoiado fundamentalmente na liberdade formal de imprensa fornecida pelo modelo jornalístico inglês do século XVII, esteja em vigor na maioria dos estados democráticos de direito. Sousa (2008:155) diz que o trabalho jornalístico «*é, todo ele, um hino à liberdade e à capacidade de iniciativa, privada mas também pública*», descrevendo, assim, a história do jornalismo no Ocidente como «*uma história de afirmação da liberdade individual e da liberdade de expressão, uma história de afirmação da legitimidade do confronto de ideias e de formas de fazer as coisas, uma história que relembra constantemente que a melhor forma de nos protegermos da tirania e da ditadura reside na capacidade de controlar e vigiar os poderes, com actos e também com palavras, ou seja, com informação*» (idem, *ibidem*, 155-156).

Sousa (2007) esclarece que as liberdades de expressão e de opinião, nas quais se ancora a liberdade de imprensa, têm como fundamento o direito humano à informação. Os regimes democráticos fundam-se na igualdade jurídica de direitos individuais e políticos dos cidadãos, para que estes se possam defender do poder do Estado e participar nas decisões políticas (Gentilli 2005 *apud* Benedeti 2006). Logo, a prática plena da cidadania nas democracias implica que os cidadãos conheçam os seus direitos e as acções do Estado, pois só assim poderão participar de forma habilitada nas decisões

¹⁹ O padrão jornalístico ocidental prescreve a independência da imprensa face ao estado e aos outros poderes, concedendo-lhe o direito de reportar, comentar, interpretar e criticar as acções dos agentes de poder (inclusivamente as dos agentes institucionais), sem repressão ou ameaça dela. Em termos conceptuais, os jornalistas apenas têm apenas de se subordinar à lei, considerada justa, à deontologia e à ética, o que faz do jornalismo um mercado livre de ideias, um espaço público, em que intervêm e, por vezes, se confrontam as diferentes correntes de opinião, sendo que, nestas últimas ocasiões, o tal espaço comum aberto pelo jornalismo se transforma, metaforicamente, numa arena pública. Quem se manifesta contra este modelo jornalístico argumenta que o fácil acesso dos grupos de pressão mais poderosos ao campo jornalístico, a par das dificuldades que, por outro lado, várias franjas da população têm em chegar até ele, desequilibra a favor dos primeiros a luta simbólica pela imposição de ideias e de enquadramentos dos acontecimentos. Hatchen (1996 *apud* Sousa (2008), diz que, para os críticos do fluxo livre de informação, o modelo ocidental de jornalismo estimula um pretenso “imperialismo cultural”. Chomsky e Herman (1988, *ibidem*), por sua vez, acham que, pontualmente, este modelo jornalístico funciona como um modelo de propaganda, que beneficia os interesses governamentais e os oligopólios da comunicação. Contrariamente, os defensores do *free-flow* da informação asseveram que os média ocidentais oferecem visões alternativas às pessoas que vivem em regimes autoritários, normalmente totalitários, acrescentando que a concepção ocidental de jornalismo promove os direitos humanos, revela as transgressões e abusos desses mesmos direitos e ainda difunde informação importante, que pode servir de base para que pessoas de diferentes países tomem as melhores decisões. Trata-se de uma discussão certamente pertinente mas que ultrapassa o âmbito do nosso trabalho. O que nos interessa, em concreto, é, como indica Sousa (2008:113), demonstrar que as «*as ideias de uma imprensa livre e do livre acesso à imprensa foram exportadas para todo o planeta a partir do Ocidente*».

políticas. Ora, como explica Sousa (2007:82), o jornalismo transformou-se numa das respostas socialmente organizadas a este direito e a esta necessidade dos cidadãos:

O jornalismo, com todas as suas virtudes e defeitos, configura-se como uma das formas que as pessoas engendraram para exercerem social e quotidianamente o direito à informação, ou seja, para informarem, informarem-se e serem informadas, à escala da sociedade e mesmo do mundo, aproveitando os meios de comunicação que foram surgindo ao longo da história e a dinâmica cultural das sociedades, que gerou o aparecimento das organizações jornalísticas.

Nos estados democráticos ocidentais, o direito à informação²⁰ materializa-se pelo jornalismo e no jornalismo (Sousa 2007).

Já ficou evidente que, a nível conceptual, não podemos separar o jornalismo da doutrina que caracteriza a civilização ocidental. Como manifestámos através da evolução histórica da actividade, vários períodos do Ocidente trouxeram avanços que foram basilares para fundar a natureza jornalística: desde a razão greco-romana (a ciência grega e o direito romano), ligada à procura da verdade, e o jornalismo noticioso (essencialmente factual), iniciado no Renascimento e consolidado na Idade Moderna, passando pelo modelo jornalístico inglês do final do século XVII, instituidor da liberdade formal de imprensa, e pelo espaço público moderno ao gosto iluminista, em que se discutiam de forma livre e racional diversos assuntos da vida colectiva, de interesse público, até às diferentes metamorfoses da imprensa norte-americana nos séculos XIX e XX, que desembocaram na implementação profissional do jornalismo como actividade indispensável na difusão de informações publicamente úteis a todos os cidadãos.

Existe, em vista disso, uma historicidade na forma como o jornalismo se firmou nas sociedades ocidentais. Vale dizer, o conhecimento das relações históricas revela mais do que a simples repetição de práticas, ele explica os valores da actividade

²⁰ Ressalve-se que o direito humano à informação não é absoluto, na medida em que outros valores podem esbarrar nele. Por exemplo, uma informação pode pôr em causa a vida de uma pessoa, o que é passível de comprometer o direito à vida; pode macular a vida íntima de alguém, colocando em risco o direito à intimidade e à vida privada; pode abalar a reputação da pessoa, algo que coloca em causa o direito à honorabilidade, ao bom-nome e à boa fama; e pode ainda pôr em perigo o Estado, o país ou a sociedade, mormente em situações de conflito e de guerra. Quer isto dizer que antes de difundir uma dada informação, o jornalista precisa de calcular se o direito a transmiti-la colide ou não com outros direitos humanos ou mesmo com importantes direitos sociais. Como diz Sousa (2007), em caso de colisão de direitos, o jornalista tem de medir até que ponto a informação comporta interesse público, ou seja, tem de se certificar de que a informação contém interesse colectivo e não apenas pessoal para a poder divulgar, porque quando dois direitos entram em conflito um terá de ceder face ao outro.

jornalística e os consensos em torno dela (Benedeti 2006). Das democracias ocidentais vieram noções estruturais para o jornalismo, como sejam a liberdade, a verdade, a pluralidade, o interesse público, a igualdade entre os cidadãos, o direito à informação, a diversidade social, a tolerância, a cidadania, entre outras.

A partir destas noções, o jornalismo cimentou uma identidade profissional muito própria, passando a cumprir funções de grande relevo na sociedade. Segundo Sousa (2007), o jornalismo tem o poder de cultivar as formas como as coisas são ditas, de facultar os assuntos presentes no debate colectivo, de funcionar como espaço público ou arena pública no contexto democrático, de sugerir interpretações e enquadramentos para os acontecimentos e problemáticas. Detendo poder nos estados democráticos de direito, a prática jornalística teve de se legitimar e, para tal, começou a reger-se por determinados princípios que se tornaram intrínsecos da esfera mediática. A legitimação social do jornalismo pressupõe a legitimação social dos jornalistas, os profissionais a quem cabe exercer um trabalho de tamanho impacto na vida pública.

De acordo com Traquina (2002), ser jornalista implica a crença numa constelação de valores, que, entrecruzados, configuram o cerne da actividade: a *liberdade*, núcleo da relação simbiótica existente entre jornalismo e democracia, sendo condição fulcral para o desenvolvimento jornalístico; a *independência* e *autonomia* perante os outros agentes sociais; a *credibilidade*, traduzida num esforço permanente de verificação dos factos e de avaliação das fontes; a *verdade*, consubstanciada no princípio da veracidade, ou seja, na conformidade aos factos; o *rigor*, a *exactidão* e a *honestidade*; e a *equidistância*, muitas vezes aliada à *objectividade*²¹, um conceito

²¹ Michael Schudson (1978 *apud* Traquina 2002), afirma que o conceito de objectividade no jornalismo não apareceu como negação da subjectividade, mas como reconhecimento da inevitabilidade desta última. O valor da objectividade surgiu nos Estados Unidos, na primeira metade do século XX, uma altura em que a imprensa deixa de ser opinativa e começa a privilegiar os factos. Ainda assim, o surgimento do conceito na esfera jornalística não foi a expressão final de uma fé já existente no culto dos factos, mostrando-se, pelo contrário, um método criado em virtude de um mundo novo, no qual nem os factos mereciam confiança (*idem, ibidem*). Isto porque emergem, a partir do final do século XIX, os profissionais de relações públicas e outras fontes organizadas e interessadas, que tentam encaminhar a produção jornalística de informação para os seus objectivos e interesses particulares. Nesta conjuntura, os jornalistas desconfiavam dos factos veiculados pelos profissionais de relações públicas e, por isso, passaram a contrastar e a citar equilibradamente as fontes (sobretudo quando havia divergência de pontos de vista), bem como a fazer entrevistas agressivas, que, segundo Sousa (2008), dão ao jornalista a sensação de ser um observador imparcial e um paladino da verdade. A objectividade acabou, desta maneira, por redundar na imparcialidade. Para Tuchman (1972), a objectividade nos média tem sido usada defensivamente como um ritual estratégico, uma vez que consiste na adesão a procedimentos de rotina invocados pelos jornalistas para evitar eventuais críticas. Tuchman (1972) aponta quatro desses procedimentos identificados com a objectividade: a apresentação de possibilidades conflituosas (os jornalistas têm de ser capazes de identificar os factos, ainda que algumas presunções de verdade não

envolto em controvérsia mas capital para a compreensão do jornalismo como actividade comprometida com a imparcialidade.

Na linha do que patenteámos, a liberdade, eixo do vínculo estreito entre a democracia e o domínio jornalístico na paisagem ocidental, e outras premissas democráticas essenciais como a igualdade e o pluralismo conceberam o jornalismo como um instrumento de emancipação do público, o que levou ao entendimento de que os cidadãos precisam de estar informados e esclarecidos para intervir eficazmente nos processos decisórios e ajudar a conduzir a sociedade nas direcções desejáveis. Além disso, como refere Benedeti (2006), essas três premissas consagraram o direito de exercício do jornalismo sem interferências ou censuras²² e outros dois valores de enorme peso – a defesa da universalidade dos temas e factos abordados pelo jornalismo e o respeito pela pluralidade de opiniões que eles levantam. Embora seja inviável apresentar nos meios jornalísticos todas as perspectivas existentes sobre os factos,

sejam facilmente verificáveis); a apresentação de provas auxiliares (os jornalistas devem corroborar uma afirmação através da localização e citação de factos suplementares normalmente aceites como verdadeiros); o uso judicioso das aspas (os jornalistas citam as opiniões de outras pessoas como forma de prova suplementar dos factos); e a estruturação da informação numa sequência apropriada (a informação mais relevante sobre um acontecimento deve ser colocada no primeiro parágrafo, sendo que as outras informações devem ser distribuídas pelos parágrafos seguintes, de acordo com um grau decrescente de importância – pirâmide invertida). Na visão da autora, o carácter estratégico (intenção de prevenir ataques) e ritualista (adesão geralmente obrigatória e pouca relevância para o fim ambicionado) destes procedimentos de rotina manifestam a fragilidade do conceito de objectividade no jornalismo, tendo em atenção que há uma clara discrepância entre os objectivos procurados e os alcançados, bem como entre os objectivos procurados (objectividade) e os meios empregados (procedimentos noticiosos) (Traquina 1999 *apud* Benedeti 2006). Por outro lado, Guerra (1998) argumenta que é errado enfraquecer a ideia de objectividade no discurso jornalístico com base na forma que ele apresenta, salientando que a objectividade no jornalismo deve ser atestada pelo conteúdo dos textos jornalísticos: «[...] a objectividade do discurso jornalístico está – ou não – na capacidade efectiva do texto poder ‘falar’ algo real sobre o facto, não necessariamente na ‘forma’ que este texto toma» (*apud* Benedeti 2006:44). Nesta lógica, para o autor, a objectividade jornalística representa a capacidade de o relato descrever os factos, de estar conforme a realidade, pelo que é um conceito admissível no âmbito jornalístico, desde que baseado, não na fantasia do conhecimento especular (espelho real dos factos), mas no compromisso moral de não falsear a realidade (*idem, ibidem*). A objectividade jornalística afigura-se, assim, um método profissional que permite ao jornalista superar o medo de os factos noticiosos estarem errados, fazendo com que as notícias interessem transversalmente a toda a sociedade, não obstante as convicções de cada um (Sousa 2008).

²² Nas sociedades democráticas, emergiu o consenso social (mais tarde legalmente consignado) de que a imprensa tem o direito de realizar o seu trabalho sem ingerências ou proibições exteriores, isto é, sem censura. Primeiramente, procurou-se fixar a liberdade de informar sem intromissão dos interesses políticos, de modo que o público não fosse lesado pela omissão ou enviesamento das informações. Mas à medida que o jornalismo ganha maior importância e as relações sociais se tornam mais complexas, a noção de censura à actividade passa também a abranger constrangimentos económicos, culturais e aqueles verificados dentro das próprias organizações jornalísticas. Actuando no domínio público social, o jornalismo é alvo das mais variadas pressões. Para Breed (citado por Traquina 1999 *apud* Benedeti 2006), a melhor forma de garantir a liberdade de actuação dos jornalistas é aumentar a pressão sobre as empresas jornalísticas, sobretudo por parte do público, que em relação ao jornalismo é cliente e cidadão. Segundo Benedeti (2006), é também crucial que o público pressione as empresas e instituições que tentam limitar a liberdade de imprensa.

delega-se aos média a responsabilidade de reflectir a sociedade em toda a sua complexidade, expondo tantos pontos de vista (legais) quanto possível e dando visibilidade às posições das diferentes faixas etárias da população e dos diferentes grupos e classes sociais (Keeble 2009).

Todo este processo de implementação do jornalismo nas sociedades ocidentais estabeleceu a actividade enquanto entidade mediadora que desempenha um papel social. Neste sentido, os média afastaram do seu campo de actuação a representação de interesses particulares, ora individuais ora grupais, e nas democracias ficaram com a incumbência de dar a conhecer aos cidadãos as matérias de interesse público, isto é, as matérias que têm relevância para a sociedade em geral e não apenas para uma parcela da mesma. Sousa (2007) classifica o interesse público como o interesse da colectividade, por contraposição ao interesse privado e pessoal²³, como o que afecta todos e é acessível a todos, por contraposição ao que afecta poucos ou apenas um e é acessível a poucos ou apenas um. É precisamente esse interesse público que legitima a autoridade com que o jornalismo actua socialmente. O interesse público revela-se, deste modo, a finalidade última da mediação jornalística (Benedeti 2006).

A feição adquirida pelo jornalismo na história ocidental estrutura-se nas noções e valores que evidenciámos, outorgando à actividade uma preponderância social inegável, que ao longo dos tempos se ratificou legalmente nas Constituições democráticas e nos ordenamentos jurídicos de vários países. Essas noções e esses valores, sendo os preceitos institucionais do jornalismo, constituem a sua essência e, portanto, sustentam também o ideário da imprensa de referência, associada às práticas jornalísticas modelares.

O principal esteio da concepção jornalística ocidental é, como constatámos, a liberdade. Se é praticado de forma livre, o jornalismo traz consigo a necessidade de cumprimento de deveres e apela para a responsabilidade, o princípio que completa a matriz conceitual da imprensa de referência e do qual nos ocupamos seguidamente.

²³ O interesse de natureza pessoal é designado por *interesse do público*. Para Benedeti (2006), a distinção entre interesse público e interesse do público é fundamental no jornalismo, na medida em que o interesse público é um dos valores-notícia de maior importância e justifica a mediação jornalística, enquanto o interesse do público, como valor-notícia, tende a dar primazia aos factos que suscitam a curiosidade do público, a qual nem sempre é legítima.

5.1.2. A centralidade do papel jornalístico e a exigência de responsabilidade social

A profissionalização e legitimação do jornalismo no mundo ocidental vieram acentuar o impacto da actividade na vida dos cidadãos, transformando-a num veículo imprescindível de condução das comunidades, com importantes funções sociais na manutenção e reforço das democracias. Para conservar essa legitimidade e prosseguir o trabalho que tem a cargo, o jornalista tem nas atitudes profissionais responsáveis uma via imperativa a seguir.

A mediação jornalística, fundada no paradigma noticioso, ocupa um lugar central nos estados democráticos por informar os cidadãos acerca dos assuntos de interesse público e proporcionar um espaço plural (esfera pública mediática²⁴) para o debate colectivo desses assuntos. É óbvio que os média não proporcionam o único espaço para a manifestação de ideias nas democracias, mas, tal como assinala Benedetti (2006), o espaço mediático é o mais importante pela abrangência de público que possui.

Nas palavras de Tuchman (1978), as notícias são uma janela do mundo; elas procuram dizer-nos o que queremos saber, o que precisamos de saber e devemos saber. O processo noticioso guiado pelos média consubstancia-se em critérios de noticiabilidade ou valores-notícia, que, segundo Traquina (2002), determinam se um acontecimento, ou um assunto, são susceptíveis de se transformar em notícia. Com base nestes critérios, os jornalistas seleccionam, tratam e divulgam os temas informativos, ou seja, os temas que, em geral, o público espera ver noticiados. As notícias emergem como versões da realidade baseadas, em grande parte, em normas e convenções profissionais dos jornalistas (Serrano 1999). Realizando este trabalho informativo, os jornalistas orientam as percepções que os cidadãos formam sobre todo o meio circundante e, conforme diz Serrano (1999), estão implicitamente a construir significados que dão sentido ao mundo. Nesta perspectiva, os média assumem um papel essencial na “construção social da realidade”, isto é, na *«constante e processual edificação dos referentes e imagens que tomamos pela realidade e que dela fazem parte»* (Sousa 2008:65).

²⁴ As melhorias tecnológicas dos meios de comunicação social foram vitais para ampliar a escala do debate público nas sociedades de massas.

A propósito desta questão, Trigo de Negreiros²⁵ (2004:29) entende que «a mediação simbólica própria da actividade jornalística transcende o âmbito estrito da narração de eventos [...] e contagia-se ao todo social [...]». Para o autor, o poder e a influência dos jornalistas assentam na capacidade dos dispositivos mediáticos noticiosos para definir a realidade, construindo-a a partir de representações. Desta forma, o jornalista deve ser encarado não apenas como construtor de realidade social, mas também como elemento principal no processo de publicitação das representações que elabora, através do qual essas representações assumem o estatuto de “realidade colectiva” (Alsina 1996, *ibidem*). Os profissionais da informação acabam por determinar os conteúdos e limites da chamada “esfera pública” (Trigo de Negreiros 2004), pelo que o público fala dos assuntos de que falam os média (Serrano 1999). Além disso, acompanhando Tuchman (1978), sublinhamos que os média têm o poder de enformar as opiniões dos consumidores de notícias sobre os tópicos que estes desconhecem.

Apesar das suas incapacidades e dos seus problemas, o jornalismo, como ressalta Sousa (2007), é, até prova do contrário, a melhor resposta que as sociedades democráticas encontraram para exercer colectivamente o direito à informação. A prática deste direito implica que alguém informe e que alguém deseje ou necessite de se informar e de ser informado. Em democracia, são legal e juridicamente garantidos aos jornalistas os direitos considerados básicos, para que eles possam efectivar o direito dos cidadãos a uma informação livre e plural, direito esse também consignado nas leis e nos sistemas jurídicos. Assim, os direitos dos jornalistas têm a natureza de poderes-deveres, vale dizer, correspondem a poderes que devem ser exercidos (Pina 2007). O direito humano à informação nos estados ocidentais permite que os cidadãos reivindiquem direitos e tomem consciência da importância de cumprimento dos seus deveres. Para Sousa (2007:82), o direito à informação comporta várias finalidades:

Faculta aos cidadãos informações necessárias para a sua vida e para a interacção social.
Proporciona alguma da informação de que as pessoas necessitam para se desenvolverem como cidadãos e como seres humanos e para viverem na sociedade contemporânea.

²⁵ Na obra *Fantasma ao Espelho* (2004), Trigo de Negreiros aborda o jornalismo a partir dos princípios da sociofenomenologia, centrando-se no pensamento de Alfred Schutz (1962) e nas reflexões de Peter Berger e Thomas Luckman (1999). Mediante a perspectiva sociofenomenológica, a actividade jornalística é interpretada como uma acção orientada para a construção da realidade social, a qual se objectiva por meio de práticas quotidianas de representação do sucedido. Por outras palavras, a actividade mediática desempenha um papel socialmente legitimado para produzir construções da realidade publicamente relevantes (Correia 2009).

Permite também a vigilância do governo e de outros agentes cujos abusos de poder poderiam causar graves danos à democracia ou prejudicar o crescimento económico e o desenvolvimento das sociedades. Possibilita identificar os culpados pela má governação, os corruptos, os criminosos, mas também as pessoas que têm uma atitude exemplar como cidadãos, como profissionais ou no exercício do poder político, do poder empresarial ou outro. Faculta o conhecimento das informações necessárias para que os cidadãos participem no processo decisório e votem em consciência, etc..

De facto, o jornalismo implantou-se no Ocidente para responder à necessidade de informar cabalmente o público, dando-lhe a possibilidade de elaborar opiniões qualificadas sobre os assuntos colectivos e de tomar as decisões que lhe competem no sistema democrático, uma vez que todos os cidadãos têm o direito de participar na vida pública e de votar. De resto, já se tornou patente que a existência de um público esclarecido, capaz de opinar nos momentos decisivos e de influenciar os rumos da sociedade, é crucial para o pleno funcionamento da democracia (Benedeti 2006). Uma pessoa bem informada será uma pessoa preparada para o exercício dos seus direitos de cidadania (Vieira 2007).

O'Donnell (2005), citado por Júnior (2008), ressalva que a saúde das democracias não é garantida pelo regime democrático em si, mas pela intervenção de cada cidadão. O público numa sociedade democrática acaba sempre por ter influência, por entrar no jogo de equilíbrios e contrapesos que caracteriza o sistema (Vieira 2007). O potencial do jornalismo favorece justamente essa participação cívica, já que os média inserem os indivíduos no debate público e lhes oferecem uma informação criteriosa, periódica e actualizada, reunindo as condições necessárias ao desenvolvimento da crítica, do debate e da defesa dos valores humanos. São as condições obrigatórias para que o tal jogo democrático aconteça. A actividade jornalística configura-se, neste seguimento, um considerável meio de fomento e fortalecimento da cidadania. Não só enquanto auxílio às decisões políticas dos cidadãos mas igualmente no desenvolvimento da convivência social destes.

Qualquer democracia verdadeira precisa sempre do confronto ideológico, de diferentes soluções para os problemas e do debate público constante. Atendendo a Vieira (2007), essa é a seiva do regime. Trata-se de uma pluralidade que os média ajudam a conservar e incentivam, em razão da abertura ao antagonismo de pontos de vista no debate dos temas de interesse público. Aliás, o jornalismo «*é, em grande*

medida, um espaço do contraditório, do embate de visões, de interpretação dos acontecimentos e dos interesses» (Benedeti 2006:54).

Desde que a cultura jornalística e a cultura ocidental fixaram o princípio da democraticidade no acesso aos factos e às informações, introduziu-se no universo mediático a tarefa de vigia dos poderes e aos jornalistas passou a caber a fiscalização, não só do poder governamental, mas também dos demais poderes estabelecidos socialmente. Daqui decorrem a concepção da imprensa como *quarto poder*²⁶ e a definição dos jornalistas como *watchdogs* (“cães de guarda”). Por detrás destas ideias está, pois, um compromisso do jornalismo com a sociedade, em nome da qual os média vigiam a actuação das diversas instituições.

Vieira (2007) lembra que a sociedade civil está atenta, em particular, ao poder estatal, até porque foi ela quem o elegeu, sendo por ele governada. Nela, existem diferentes opiniões, diferentes vozes, que gostariam de ter uma participação mais activa na discussão das questões públicas, fazendo-se ouvir não apenas através do sufrágio. Os média vieram precisamente corporizar essa pretensão dos cidadãos, tornando-se a sua voz e constituindo, como diz Vieira (2007), uma emanção da sociedade civil. É atribuindo visibilidade pública às acções do Estado e das outras autoridades que os jornalistas controlam os abusos de poder. Neste sentido, eles emergem como os principais agentes de pressão sobre o governo, tendo em vista a execução das reformas sociais necessárias, e como agentes de denúncia do que poderá estar mal no exercício dos restantes poderes sociais (partidário, económico, sindical, patronal, educacional, religioso, militar, entre outros). Encaramos, por isso, a actividade jornalística como um mecanismo fundamental para resguardar e sedimentar o carácter democrático das sociedades.

Para Vieira (2007), os média são um contrapoder²⁷ - têm consciência da sua força e entendem dever prestar um serviço de interesse público, ao escutinar os poderes vigentes na sociedade, sem, contudo, quaisquer prerrogativas de acção sobre esses poderes. Na opinião de Gans (2004), essa capacidade dos jornalistas para exercer poder

²⁶ A expressão *quarto poder* foi proferida em 1828 por um deputado do Parlamento inglês, McCaulay, que a utilizou para caracterizar os jornalistas sentados na galeria durante uma sessão. Quando apontou para os jornalistas e os apelidou de *quarto poder*, Mc Caulay tinha como referência os três poderes da Revolução Francesa (clero, nobreza e o terceiro poder, que abarcava os burgueses e o povo). No novo enquadramento democrático, a relação seria estabelecida com outros três poderes – o executivo, o legislativo e o judicial (Traquina 2002).

²⁷ O autor considera os média um contrapeso relativamente aos outros poderes.

provém, em parte, das suas funções morais. Quando veiculam *estórias* de desordem moral e ao mesmo tempo apresentam outras notícias como práticas de moralidade, os jornalistas agem como uma espécie de coro grego para a sociedade, representando-a, ou seja, oferecendo ao público uma dada imagem dela. Consequentemente, os jornalistas protegem não apenas a ordem moral incorporada nos valores de sempre, mas também um vasto conjunto de ideias, normas e costumes (*idem, ibidem*). A este nível, Vieira (2007:86-87) descreve os média enquanto um factor identitário:

[Os média] agregam as pessoas à volta dos mesmos valores fundamentais de um país, de uma nação, fazem senti-las como pertencentes à mesma entidade nacional. Sem os média esse fenómeno não aconteceria com tal intensidade. [...] A existência de média consumidos ao mesmo tempo em toda uma região ou um país aproxima muito mais os habitantes e fá-los sentirem-se membros da mesma comunidade, identificarem-se entre si, partilhando problemas e objectivos comuns e tendo mais tendência para agir conjugadamente perante situações concretas.

Sem ignorar que o jornalismo também veio servir a necessidade capitalista de circulação organizada e dinâmica de informações, convém dar ênfase à circunstância de que a actividade resultou de uma carência de integração da sociedade (Genro Filho 1996, citado por Benedeti 2006). Como refere este investigador, as análises teóricas que restringem o fenómeno jornalístico ao seu *valor de troca* e descuram o seu *valor de uso* acabam por anular a matéria tratada. Com efeito, o jornalismo procura fazer com que os indivíduos contactem com as realidades em seu redor, levando até eles a informação de que precisam e deixando à sua disposição um espaço aberto à troca e partilha comuns de ideias e experiências. À medida que conhecem cada vez melhor o contexto em que vivem, os cidadãos desejam igualmente conhecer os cenários actuais de outras sociedades do mundo e estar a par do que por lá se passa. Portanto, além da finalidade democrática de proporcionar aos cidadãos a formação de um juízo consistente sobre os assuntos públicos, a informação jornalística também orienta, emociona, diverte, mobiliza, rompe preconceitos e mostra curiosidades (Benedeti 2006). Subjacente a ela, há sempre a preocupação de salvaguardar o interesse colectivo.

Face ao que se expôs, entendemos facilmente que os média têm uma enorme capacidade de influenciar todos os sectores da sociedade e de encaminhar a evolução desta. Assim pensa Merrill (1971) quando, de forma assertiva, afirma que a comunicação mediática é obviamente necessária para uma nação crescer e progredir, tal

como o é individualmente para cada pessoa. De acordo com Albarran (2007), as empresas jornalísticas são um dos quatro eixos críticos de qualquer sociedade, juntamente com o Estado, o domínio económico/empresarial e o cultural/religioso. O autor diz que todos estes sectores são importantes para o funcionamento da sociedade, acrescentando que se um deles não estiver em equilíbrio com os outros, a coesão social pode ressentir-se.

Enquanto mediadores informativos, os jornalistas recebem a atenção generalizada da sociedade, tendo em conta que são eles quem, através de normas e regras profissionais, possibilita ao público interpretar o mundo e situar-se na vida colectiva. Para Trigo de Negreiros (2004), esta valorização do protagonismo social do jornalista corresponde ao reconhecimento da sua importância como executante de um papel social específico e socialmente legitimado. Desempenhando funções tão nucleares nos estados democráticos, os jornalistas encaram a exigência de pautar o seu comportamento por uma grande responsabilidade social. É incontornável que assim seja, já que a liberdade jornalística, decorrente das liberdades cívicas concedidas pelo estado de direito, a isso obriga. Como vinca Pina (2007), a melhor forma da imprensa defender a liberdade é sendo responsável.

A Teoria da Responsabilidade Social da imprensa foi introduzida na sequência dos trabalhos da designada Comissão Hutchins, nomeadamente através do relatório *A Free and Responsible Press*, publicado em 1947 nos Estados Unidos. Esta comissão, oficialmente chamada Comissão sobre a Liberdade de Imprensa e liderada pelo antigo reitor da Universidade de Chicago, Robert Maynard Hutchins, estudou durante os anos quarenta a imprensa americana e, em termos gerais, considerou-a socialmente irresponsável, tendo avançado com sugestões para melhorá-la (Merrill 1997). Antes de elencar as propostas da comissão, importa perceber o que, para estes comissários, estava errado no que toca à actuação dos média.

No período anterior à publicação daquele relatório, prevalecia a teoria libertária, segundo a qual os indivíduos sabiam de forma instintiva e racional o que era bom para a sociedade, agindo em função disso. À luz desta teoria, os indivíduos que agiam para o bem comum eram superiores em número e em influência aos que podiam perturbar o interesse geral, pelo que não era necessário sensibilizar os jornalistas para as suas

responsabilidades (Pina 2007). De acordo com Merrill²⁸ (1997), a responsabilidade jornalística, se foi plenamente considerada, era vista como sendo automaticamente construída em virtude de uma imprensa libertária. Assumia-se que eram os diferentes meios de comunicação quem deveria interpretar a responsabilidade, consoante os seus próprios critérios. No fundo, as várias interpretações da responsabilidade eram consideradas um sinal não só de uma imprensa livre como também de uma imprensa responsável (*idem, ibidem*).

Ao contrário desta abordagem individualista liberal, em que o indivíduo se sobrepunha à sociedade, a teoria da responsabilidade social, produzida por Hutchins e pelos seus doze comissários, enfatizou a dimensão colectiva, a comunidade, preconizando que as matérias delicadas da liberdade de expressão e da liberdade de imprensa deviam ser consideradas mediante o todo social em que os indivíduos se integram. Segundo esta nova doutrina, o exercício individual da liberdade jornalística acarreta obrigações, pressupondo uma responsabilidade perante a comunidade. Nesta linha de raciocínio, William Hocking, um dos membros mais influentes da Comissão Hutchins, advogava que o direito da imprensa a ser livre não podia existir sem o direito do povo a ter uma imprensa livre e adequada. Hocking foi mais longe e argumentava mesmo que, estando os dois direitos em confronto, era o direito do público que devia predominar em detrimento do direito da imprensa (Fidalgo 2006).

Ligada a este aspecto, há uma outra premissa estabelecida pela comissão que concebe a liberdade de expressão da imprensa, já não como um direito natural, absoluto e irredutível, mas como um direito moral que implica simultaneamente um outro dever – um dever diante de si próprio, diante da sua consciência e diante dos outros, em busca do bem comum. Esta preocupação com os interesses da comunidade e com o bem geral, ao nível da liberdade de expressão mediática, implica, numa lógica complementar, um outro dever – o de estar informado. Contrariamente à perspectiva liberal, na qual o indivíduo tinha o direito de decidir se estava informado ou desinformado, a teoria da responsabilidade social prescreve o dever do indivíduo, como cidadão activo e responsável, de estar informado face à comunidade, podendo ele decidir de que modo o fará. Para tal, pode naturalmente reivindicar o direito à informação. Significa tudo isto

²⁸ Inicialmente, John C. Merrill apologizava a tese de que qualquer diligência tendente a tornar a imprensa responsável e imputável representaria sempre uma ameaça à liberdade. O autor mudou, entretanto, estas primeiras posições adoptadas, defendendo, actualmente, a necessidade de harmonizar os conceitos de liberdade e de responsabilidade.

que, para a doutrina da responsabilidade social, já não basta que a imprensa disponha da sua liberdade de expressão, como tradicionalmente acontecia, sendo necessário que ela assegure aos cidadãos o direito fulcral à informação adequada, para que estes possam participar na vida pública (Fidalgo 2006).

Estas ideias levam-nos a um terceiro pilar da teoria da responsabilidade social – o entendimento do conceito de liberdade, também ele um factor separador das duas perspectivas de que falamos. A teoria liberal assenta na *liberdade negativa*, numa lógica de ser ou estar *livre de*: o indivíduo não deve ver a sua liberdade restringida por quaisquer constrangimentos ou medidas exógenas a ele. Diferentemente, a concepção da responsabilidade social avulta a *liberdade positiva*, numa lógica de ser ou estar *livre para*: o indivíduo deve dispor das condições e dos meios necessários para atingir o fim desejado. Quer isto dizer que, para a teoria da responsabilidade social, não chega eliminar os obstáculos à liberdade e deixar que o público siga o seu rumo na vida, pois essa liberdade torna-se insuficiente e ineficaz, podendo ser considerada uma “liberdade vazia”; é preciso entender que a liberdade não é um direito “incondicional”, antes implica assumir e realizar deveres que ultrapassam o mero interesse pessoal. Aplicando este princípio à liberdade jornalística, compreende-se, como defendeu a Comissão Hutchins, que a imprensa deve ser livre de todas as limitações (ainda que não deixe de sofrer pressões), mas deve também ser livre para prosseguir e alcançar os objectivos ditados pelo seu sentido ético e pelas necessidades da sociedade²⁹ (*idem, ibidem*).

Como explica Merrill (1997), já há muito que Hutchins tinha considerado a imprensa uma instituição social preponderante, sobretudo no plano da educação contínua dos indivíduos, tendo avisado que, se a imprensa não fosse responsável, as forças da sociedade (como o governo) iriam privá-la da sua liberdade. O objectivo principal da responsabilidade social reclamada pela Comissão Hutchins era, então, conseguir que a imprensa não se sujeitasse a pressões políticas nem a pressões económicas, prestando um serviço efectivo à comunidade.

De acordo com a comissão, a imprensa devia parar de publicar tantas matérias triviais e mexeriqueiras, refreando a sua orientação negativa e sensacionalista, e devia

²⁹ A forma como a Comissão Hutchins interpretou o conceito de liberdade também abrange obviamente a esfera específica dos cidadãos, que, para esta comissão, devem desfrutar de uma liberdade de expressão *positiva*: só faz sentido reconhecer-lhes o direito de expor livremente os seus pontos de vista se, depois, na prática, lhes for concedido o acesso, directo ou indirecto, aos média.

igualmente adoptar uma postura mais autocrítica, aceitando mais reparos externos. Hutchin e os seus comissários achavam a imprensa demasiado orientada para o lucro e incapaz de dar à sociedade informação relevante, em proporções suficientes, num contexto que atribuísse significado aos acontecimentos. A Comissão Hutchins criticava ainda a imprensa por ela negligenciar várias ideias dos grupos que constituíam a sociedade e por ser inteiramente passiva e superficial (Merrill 1997).

Desta comissão provieram cinco requisitos, que, no entendimento de Hutchin e dos outros comissários, teriam de ser cumpridos pela imprensa, para que ela se tornasse responsável perante a sociedade: 1) providenciar ao público um relato verdadeiro, abrangente e inteligível dos acontecimentos diários num contexto que lhes dê sentido – os média devem ser exactos, não devem mentir, devem separar o facto da opinião e devem ir além dos factos, descrevendo a verdade; 2) servir como um fórum para a troca de comentários e críticas – os média têm de ser transportadores comuns, ou seja, têm de publicar ideias contrárias às suas (na linha de um trabalho jornalístico objectivo) e de representar todos os pontos de vista e interesses importantes na sociedade, devendo identificar as suas fontes de informação, um procedimento necessário para uma sociedade livre; 3) projectar um quadro representativo dos diferentes grupos que constituem a sociedade – a verdade sobre qualquer grupo tem de ser representativa, devendo incluir os valores e aspirações do grupo, mas não excluir as suas fraquezas e os seus males; 4) apresentar e clarificar os objectivos e valores da sociedade – enquanto instrumentos educacionais, os média têm de assumir a responsabilidade de expor e aclarar os ideais pelos quais a sociedade deve lutar; 5) garantir total acesso à inteligibilidade diária, através de uma ampla distribuição de notícias e opinião (*idem, ibidem*).

Os pressupostos jornalísticos delineados pela Comissão Hutchins sobre a responsabilidade social dos jornalistas contribuíram grandemente para moldar a imprensa de referência, que abandonou a interpretação superficial do conceito de objectividade, baseada na pura descrição dos acontecimentos, enveredando por um comportamento informativo direccionado para o enquadramento e interconexão dos factos. Fidalgo (2006) sublinha que esta nova atitude de exigência relativamente ao trabalho jornalístico e às suas novas preocupações (resultantes dos constrangimentos impostos pela “revolução das fontes” no processo de tratamento informativo da actualidade) pode ser bem resumida na conhecida frase do relatório *A Free and*

Responsible Press, produzido pela comissão dirigida por Hutchins: «40 tis no longer enough to report the fact truthfully. 40 tis now necessary to report the truth about the facts» / «Já não basta relatar os factos com verdade; é necessário dizer a verdade sobre os factos» (Mesquita 2003:271, citado por Fidalgo 2006:156-157).

Como vimos, a responsabilidade social dos média ancora-se no binómio liberdade-responsabilidade: o direito crucial de todos os cidadãos à liberdade de expressão mostra-se vital para a actuação jornalística, porém, não se esgota em si mesmo, sendo uma via privilegiada para o jornalismo perseguir um fim mais elevado, isto é, o direito de todos à informação, pelo qual a actividade mediática proporciona ao público o conhecimento do meio à sua volta, vigia os poderes públicos e estimula a participação cívica. Relevando a visão de Júnior (2008), uma imprensa socialmente responsável é aquela que age em nome do bem comum, respeitando e resguardando a democracia, e, assim, associando-se intencionalmente à cidadania. Reiteramos que a responsabilidade da imprensa é determinada pelos seus deveres para com a sociedade.

Neste contexto, a legitimidade do papel social dos jornalistas está dependente da maneira como eles correspondem a esse trabalho de manifesta centralidade para o desenvolvimento da vida em comunidade, cumprindo-o ou não. O que interessa verificar é se estes profissionais exercem ajustadamente a responsabilidade que, de modo formal ou subentendido, lhes é imputada. Sobre eles impende, por isso, a exigência de prestar contas aos cidadãos, pois é por estes e para estes que os jornalistas desempenham a sua actividade, correspondente a um serviço de interesse público à sociedade. Falar da responsabilidade jornalística é falar necessariamente do seu sustentáculo – a ética.

Peruzzo (2002) diz que a ética se refere essencialmente ao estudo das fronteiras entre o que é considerado certo ou errado, entre o bem e o mal numa dada época e numa determinada sociedade, tendo como objecto a moral. De um modo geral, as diferentes actividades sociais têm-se definido eticamente, com vista à sua afirmação e ao seu reconhecimento enquanto grupos profissionais autónomos. Isto materializa-se através de regras deontológicas ou normas de conduta, que assinalam as práticas e os deveres a seguir numa ocupação, criando, como nota Keeble (2009), uma consciência colectiva da mesma. Relativamente ao jornalismo, os textos normativos ampararam-se no interesse público, que, para Peruzzo (2002), é o cerne da ética na comunicação.

Segundo a autora, a matéria jornalística não é um sapato de uso externo que se pode descartar quando incomoda quem o calça, mostrando-se antes um bem comum³⁰ que deve estar ao serviço da colectividade, uma vez que interfere na construção cultural das sociedades. Contudo, a questão da ética não é linear. Merrill (1997) alerta que os estudos sobre a matéria apresentam conceitos confusos e geram discordância entre os teóricos que a eles se dedicam. Em todo o caso, para o autor, o importante denominador comum em todas as discussões éticas é a atitude de cada pessoa perante a ética, uma atitude individual que deve incluir naturalmente o desejo de ser responsável, uma consciência profunda de que fazer a coisa correcta ou a melhor coisa é melhor do que simplesmente fazer algo. Um jornalista tem de procurar, ele próprio e de forma sincera, fazer a coisa certa, tem de querer ser ético, o que o levará a seguir a sabedoria moral como forma de tomar uma boa decisão. Sem esse desejo de ser ético, os jornalistas e o jornalismo não irão melhorar (*idem, ibidem*). Como salienta Vieira (2007), o jornalista íntegro é aquele que aceita a existência de um código de ética da sua actividade e tenta agir sempre mediante os deveres da profissão; mas o jornalista íntegro é também aquele para quem o cumprimento desses deveres constitui um desígnio enraizado na sua própria consciência profissional. Se assim não for, dificilmente o respeito por esses deveres profissionais poderá acontecer em todas as circunstâncias.

Percebemos, a partir desta discussão, que a ética jornalística se revela bilateral, possuindo, conforme elucida Sousa (2007), duas dimensões: uma social, que se expressa deontologicamente nos valores profissionais da actividade; e outra pessoal, que assenta na interiorização e articulação de valores por parte de cada jornalista. Daqui se extrai uma ilação que nos parece clara. A ética e a sua manifestação profissional, a deontologia, destinam-se a atingir um predicado fundamental para o jornalismo – a credibilidade aos olhos do respectivo público.

Sousa (2007) adianta que a ética jornalística se liga aos princípios que fazem do jornalismo um produto quotidiano com qualidade, dizendo mesmo que a ética jornalística e a qualidade jornalística são sinónimos. Ainda que a avaliação qualitativa dos conteúdos informativos esteja envolvida numa camada de subjectividade, como adiante constataremos, é seguro que o cumprimento dos preceitos éticos coloca o

³⁰ A declaração da UNESCO acerca dos média, datada de 1983, concebe a informação como um bem social e não como um mero produto.

jornalista no caminho desejável. Segundo Sousa (2007:85), os valores da ética jornalística são os mesmos que legitimam socialmente o jornalismo:

Os valores que, articulados, constituem o cerne da ética jornalística não são [...] mais do que aqueles valores que justificaram, legitimaram e continuam a justificar e a legitimar o papel dos jornalistas e do jornalismo na sociedade e que contribuem para que o jornalismo seja qualitativamente bom.

O autor frisa que o jornalismo ético é aquele que procura a qualidade através do respeito por valores centrais como a intenção de verdade, de objectividade e de justiça, e a responsabilidade em liberdade. Tendo de se preocupar primordialmente com o direito humano à informação e de avaliar eventuais conflitos entre este e outros direitos, o jornalista está obrigado a produzir e divulgar relatos noticiosos completos, exactos e equilibrados sobre os assuntos actuais de interesse público, oferecendo aos cidadãos as informações de que eles precisam para viver; a dar voz às diferentes partes com interesses consideráveis nos assuntos colectivos; e a colocar-se no lugar das pessoas afectadas pelas notícias para calcular o que deve (ou não) ser noticiado e como isso deve ser feito, medindo os efeitos a médio e longo prazo do que se publica e tentando minorar possíveis prejuízos decorrentes das suas acções. É, nesta medida, que Faustino (2006³¹) relaciona intimamente o conceito de qualidade da comunicação e da informação com a responsabilidade profissional e social dos jornalistas, realçando que a exigência de informação de qualidade passa por cumprir todos os componentes dos princípios éticos e profissionais. As práticas jornalísticas enquanto práticas informativas livres ganham, portanto, validade quando se fundem no domínio ético-deontológico e na responsabilidade social.

Já apurámos os conceitos que o jornalismo edificou firmemente ao longo do seu percurso histórico no Ocidente: a liberdade, a verdade, a notícia, a independência, a objectividade, a pluralidade e o interesse público. Aliados aos fundamentos da responsabilidade social da profissão, configurada pela ética, estes conceitos definem institucionalmente a actividade jornalística, compondo o código orientador da imprensa de referência, cuja designação resulta exactamente do facto de ela incorporar os valores fundadores do fenómeno jornalístico, que servem como *referência* para o exercício do jornalismo. Tal como esclarece Amaral (2006:54), os jornais de referência alicerçam-se

³¹ Reflexão produzida pelo autor em 2006, mas incluída na “Introdução” do livro por si organizado, *Ética e Responsabilidade Social dos Media*, o qual foi editado em 2007.

na concepção ocidental de jornalismo, a qual é «*produto das teorias da liberdade de imprensa, do iluminismo e da responsabilidade social*». Tendo como base um compromisso ético com os interesses gerais das sociedades, os jornais de referência remetem, em tese, para a prática jornalística considerada de qualidade, para os procedimentos profissionais tidos como exemplares. Neste sentido, diz Amaral (2006), são também denominados *quality papers* (jornais de qualidade) e encarados como veículos de credibilidade entre os formadores de opinião (*idem, ibidem*).

Enquadrada a imprensa de referência, estão garantidas as condições para a desbravarmos. Mas, antes disso, parece-nos pertinente estabelecer um paralelismo entre a imprensa de referência e a chamada imprensa popular para compreender que os dois domínios jornalísticos não actuam nos mesmos moldes, justamente porque se dirigem a mercados distintos, ou seja, respondem a anunciantes e leitores distintos. Como realça Amaral (2004), cada um destes segmentos fala de lugares diferentes e, por isso, os seus discursos são aceites em lugares diferentes. Cada um destes tipos de imprensa ocupa um dado lugar, uma posição num determinado ambiente, logo o discurso que produz é consentâneo com esse lugar. Ao olharmos laconicamente para o jornalismo descrito como sensacionalista ou popular, constataremos que ele introduz na esfera pública elementos culturais populares e privilegia assuntos causadores de sensação, possuindo características globalmente opostas às do jornalismo de referência. Patenteando essas oposições e comparando em certos aspectos as duas modalidades jornalísticas, pretendemos aclarar as fronteiras existentes entre elas e avançar com pistas que nos ajudem a entender consistentemente a orgânica do jornalismo de referência.

5.2. Entre o serviço e o negócio

5.2.1. A cultura tablóide e o jornalismo popular

Como temos vindo a destacar, o jornalismo tem uma missão social assaz importante e o seu funcionamento nas democracias é regulado por princípios éticos estabelecidos nos códigos deontológicos da profissão. No entanto, não nos podemos esquecer de que a produção jornalística cabe a meios de comunicação maioritariamente incluídos em empresas que operam num mercado e que, por isso, necessitam de obter lucros para assegurar a sua subsistência. As exigências económicas no sector dos média

influenciaram as atitudes profissionais dos jornalistas e, em consequência, os conteúdos informativos.

A integração do jornalismo no campo empresarial fez com que a actividade se revestisse de um cunho paradoxal, tendo uma função marcadamente pública e concretizando-se de forma privada, isto é, emergindo simultaneamente como um serviço público e um negócio privado (Silva *apud* Motta 2002, citado por Benedeti 2006). Na verdade, a lógica de mercado, como já referenciámos, está presente no jornalismo há mais de 150 anos, uma vez que a primeira geração da imprensa popular (*penny press*) surgiu na metade inicial do século XIX nos Estados Unidos, onde floresceu mais tarde, no final do mesmo século, a segunda geração desta imprensa (Novo Jornalismo). Seja como for, é na segunda metade do século XX que as práticas noticiosas economicistas se começam a impor de forma expressiva. A partir da década de 70, a maioria dos jornais norte-americanos lançou as suas acções na bolsa de valores e, desse modo, aumentaram as pressões pela busca de lucros e benefícios a curto prazo. Assistiu-se, por esta altura, à formação de grandes grupos empresariais de comunicação social com elevadas cotas de mercado e cujo objectivo é ampliar o volume total de negócios. Pereira (2006) refere que a submissão da imprensa à lógica comercial levou as notícias sobre economia e política a darem lugar à cobertura de assuntos mais vendáveis (*soft news*) e com forte conteúdo emocional. O discurso jornalístico adquiriu um carácter cada vez mais instrumental, identificado com os interesses do mercado (*idem, ibidem*).

De facto, durante as últimas décadas, as pressões sobre os média para a conquista de leitores num mercado crescentemente competitivo alteraram as suas ambições editoriais. Tendencialmente, o sector jornalístico tem-se tornado parte da indústria do entretenimento em vez de providenciar um fórum para o debate informado dos assuntos principais de interesse público. O jornalismo de investigação e as *hard news* são substituídos pelas notícias ligeiras e frívolas. As prioridades dos média trazem o predomínio do entretenimento sobre a difusão de informação, do interesse humano sobre o interesse público, do sensacionalismo sobre o julgamento ponderado, e do trivial sobre o importante (Franklin 2008). Estamos perante um estilo jornalístico que ficou conhecido como tablóide e que se manifestou verdadeiramente em meados do século XIX aquando do surgimento da *penny press*, cujos jornais foram, segundo Carlson (2009), os precursores do jornalismo popular praticado pelos jornais tablóides do século XX.

Gripsrud (2008) explica que o termo *tablóide* deriva da palavra *tabuleta*, designando originalmente o formato particular de um jornal (metade de um *broadsheet*, jornal tradicional, de formato grande, com tom sério). Todavia, nota Bird (2009), o termo, ao longo dos anos, passou a ter, como dissemos, uma definição mais abrangente, a qual tem menos a ver com o tamanho do jornal e mais com a apresentação e estilo das notícias. Isto aconteceu a partir do momento em que o primeiro tablóide mundial, o britânico *Daily Mirror* (1903), combinou o tal formato (metade de um *broadsheet*) com a ênfase dada a pequenas estórias, a imagens de grande dimensão e a manchetes sensacionalistas. Desde então, conotou-se este formato dos jornais com um certo perfil jornalístico (Gripsrud 2008). A palavra *tablóide* refere-se, assim, não apenas aos novos formatos que redimensionaram os contextos históricos e industriais da produção informativa mas também às atitudes e valores que habitualmente são associados a esses formatos (Biressi, Nunn 2008). Contrariamente aos *broadsheets* ou jornais de referência, ligados à qualidade, seriedade e responsabilidade social do jornalismo, os tablóides estão relacionados com uma maior orientação para o entretenimento, com o sensacionalismo, com um estilo coloquial e com os proveitos comerciais (Carlson 2009; Sparks 2000 *apud* Biressi, Nunn 2008).

Conboy (2008) afirma que a imprensa popular contemporânea reproduziu muito do sensacionalismo e do entretenimento que esbateram a objectividade discursiva dos média, em particular a sua capacidade para articular as discussões informadas sobre a natureza das sociedades. Este género de imprensa visa atingir um público que não é abarcado pelos média tradicionais e dá primazia à distração, ao divertimento, explorando particularmente os *fait divers*³², vale dizer, os escândalos, as curiosidades, os relatos sobre factos sem repercussões que despontam na normalidade do dia-a-dia (Guedes 2009; Amaral 2006). O objectivo é acima de tudo impressionar o público por meio da espectacularidade noticiosa. Para Marcondes Filho (1989 *apud* Amaral 2006), a informação da imprensa popular é sensacionalista para vender mais jornais e localiza-se no âmbito do lazer, enquanto contraposição à opressão social do trabalho. O investigador entende que o jornal dito sensacionalista e o jornal dito sério se distinguem pela intensidade, classificando o sensacionalismo como o grau mais radical de mercantilização da informação. No fundo, o que se vende no campo popular da

³² A expressão foi introduzida pelo semiólogo francês Roland Barthes no seu livro *Essais Critiques*, de 1964.

imprensa é aparência: as manchetes publicitam assuntos que a informação interna não irá desenvolver melhor (*idem, ibidem*).

Em termos gerais, nas palavras de Amaral (2006), o sensacionalismo³³ consiste no exagero, na intensificação, na valorização da emoção, na exploração do extraordinário, na valorização de conteúdos descontextualizados, na recusa do essencial em favor do supérfluo ou pitoresco e na preponderância da forma em detrimento do conteúdo. Colombo (1998:24) adianta que a junção do jornalismo à indústria do lazer fez nascer uma «*Disneylândia das notícias, cujos ritmo, vivacidade, sentido de ‘suspense’, golpes teatrais, sequência dramática, efeito de comoção e de indignação e mudança contínua das personagens pertencem cada vez mais ao mundo do espectáculo, escravo dos gostos e humores do público*». Para o autor, isto significa renunciar a um olhar isento sobre a vida, ânsias, expectativas e preocupações das pessoas, enfim sobre a realidade do quotidiano.

Em resultado do sensacionalismo noticioso, sentimentalizam-se as questões sociais, cria-se penalização em vez de descontentamento e as práticas informativas transformam-se num mecanismo reducionista que particulariza os fenómenos sociais (Amaral 2006). Conforme diz Conboy (2008), a imprensa popular evita a todo o custo tratar os assuntos noticiosos numa perspectiva global, preferindo oferecer um paroquial conjunto de matérias informativas regionais e nacionais. Ao contrário da imprensa de referência, que se centra no mundo público, os jornais populares percebem a realidade de forma personalizada e singularizam os factos ao extremo, apresentando-os a partir de um ângulo subjectivo e pessoal, ou seja, a partir do mundo do leitor e não do mundo dos acontecimentos sociais. Os jornais populares veiculam o seu mundo sem o propósito de o explicar (Amaral 2004; *idem* 2006). De acordo com a autora, a informação, nestes jornais, é tratada de maneira tão particular que, embora abranja grande parte da sociedade, acaba por perder relevância:

Muitas vezes, o interesse do público suplanta o interesse público não em função da temática da notícia, mas pela forma como ela é editada, com base na individualização do problema, o que dá a sensação de não realização do jornalismo (Amaral 2006:52-53).

³³ A atitude sensacionalista tem pautado diversas estratégias jornalísticas, entre elas a exploração do sofrimento humano, a simplificação, a deturpação, a banalização e sobreexposição da violência (cobertura policial e publicação de fotos chocantes), a sexualidade e o consumo, a omissão de factos públicos importantes, o truncamento dos factos, o denunciismo, os julgamentos antecipados ou a invasão da privacidade, quer de pessoas pobres quer de celebridades (Amaral 2006).

Os jornais populares têm a necessidade de falar do universo do seu público-alvo, pois dirigem-se a leitores com baixo poder económico, que, por isso, são volúveis e precisam de ser conquistados diariamente. Trata-se dos cidadãos pertencentes às classes C, D e E, normalmente com reduzidos níveis de escolaridade e com poucos hábitos de leitura. O que este público deseja, estando afastado dos círculos de poder, é ver o seu quotidiano retratado diariamente na imprensa, o que leva a informação a absorver a sensação e a transformar-se numa «*versão de diferentes realidades individuais em forma de espectáculo*» (Amaral 2006:57). Estando fortemente condicionada por interesses comerciais, a imprensa popular mostra-se muito vulnerável ao mercado publicitário e, neste sentido, procura satisfazer os seus leitores a qualquer custo e manter com eles uma grande proximidade. A dependência destes jornais face a um mercado que muda com facilidade leva-os a utilizarem certos recursos temáticos e estilísticos que maculam o discurso jornalístico tradicional (Amaral 2004, *idem* 2006).

O público dos jornais populares é utilizador e consumidor. A estética da imprensa popular passa por incentivar o leitor a ser mais um adepto dos padrões contemporâneos de consumo e identidade (Conboy 2008). Seguindo as considerações de Amaral (2006), discernimos que a maioria dos jornais de cariz popular constrói um leitor dependente do assistencialismo jornalístico e ávido de ver a própria imagem e as próprias declarações publicadas na imprensa. Os jornais deste género têm a consciência de que os seus leitores gostam de se ver, de dar a conhecer as suas histórias e as injustiças que sofreram. Ainda assim, os temas colectivos só interessam a estes leitores se estiverem directamente ligados à vida deles. A imprensa popular actua sob a convicção de que o seu público precisa da prestação de serviços, de entretenimento e da intermediação com o poder público, embora «*nada que ultrapasse muito uma visão doméstica do mundo*» (Amaral 2006:62). Segundo Conboy (2008), os leitores dos jornais populares não interagem com um meio que os informa como participantes activos na esfera pública, mas que os interpela como identidades consumidoras. Por sua vez, os leitores dos jornais de referência têm maior instrução e querem saber o que se passa no mundo, exigindo um padrão noticioso informativo.

A fim de satisfazer o seu público, a imprensa popular lança mão dos conteúdos mais aliciantes para ele. Amaral (2004) deixa claro que os jornais populares moldam o seu discurso de acordo com apropriações de características culturais dos seus leitores. Estes jornais não tentam atrair o leitor pela informação, interpelando-o antes por uma

estética, por um estilo e por temas historicamente associados ao universo tido como popular. São estratégias de popularização dos produtos jornalísticos, tendo em vista a aproximação do jornal ao seu leitor, o que desemboca amiúde em desrespeitos éticos. Neste quadro, como assinala Amaral (2006), é fácil perceber que os jornais populares têm sucesso porque vão ao encontro das expectativas individuais do seu público. Para Conboy (2008), esta celebração do consumo está inscrita nas páginas da imprensa popular e explica muito do seu êxito no domínio do mercado jornalístico. Um domínio que se baseia na capacidade de essa imprensa continuar a explorar as tradições de apelo popular e de legitimar esta actuação à luz de uma linha editorial comercial, em que o leitor aparece como um consumidor interessado (*idem, ibidem*).

Enquanto a imprensa de referência se alicerça no modelo liberal, postulando a utilidade pública (interesses gerais dos cidadãos) e conceitos como a verdade, credibilidade e objectividade, o jornalismo popular subordina-se a uma matriz simbólico-dramática, que valoriza o quotidiano, a fruição individual, o sentimento e a subjectividade, tendo as suas raízes históricas no melodrama e no folhetim. O melodrama, que surgiu no século XVIII em França e Inglaterra, consiste num espectáculo popular ligado aos temas das narrativas da literatura oral, sobretudo os contos de medo e de mistério, assim como os relatos de terror. O melodrama transformou-se em folhetim no início do século XIX na sequência do desenvolvimento da imprensa na Europa. O folhetim foi o primeiro tipo de texto escrito no formato popular de massa e misturava realidade e fantasia, dando às pessoas do povo a sensação de que estão a ler as narrativas das suas próprias vidas (Martín-Barbero 2009). Na imprensa popular, a influência do melodrama e do folhetim faz-se notar pela submissão da imprensa aos gostos do público, pela pressão dos leitores que se querem ver representados, pelo enfoque na vida quotidiana, pela linguagem acessível e pela caracterização maniqueísta dos actores noticiosos (Amaral 2006). A matriz dramática que suporta os produtos jornalísticos populares emana de uma concepção religiosa e dicotómica do mundo (bem e mal, ricos e pobres).

No jornalismo popular, o entretenimento, ligado à sensação e à emoção, constitui um importante valor-notícia: qualquer episódio escandaloso, ridículo, surpreendente ou insólito é passível de se converter em matéria informativa, numa lógica de *showrnlismo* ou *infotainment* (mistura da informação com entretenimento). Outros critérios considerados são a proximidade geográfica ou cultural face ao leitor

(preferência do enfoque local em vez do nacional, temas do quotidiano do povo como a saúde, o mercado de trabalho, a segurança pública, a televisão e o futebol), a utilidade (os média são um manual de sobrevivência do povo num mundo complexo, dando conselhos para melhorar a vida privada dos cidadãos numa estratégia assistencialista), a possibilidade de simplificar os factos e de os narrar dramaticamente, bem como a identificação dos protagonistas das notícias com os leitores (as pessoas simples podem tornar-se personagens das notícias, sendo que um facto tenha mais probabilidade de ser noticiado se tiver impacto na vida de uma pessoa comum ou puder ser comentado por alguém do povo). Já os jornais de referência destacam os assuntos publicamente relevantes, dando mais espaço à política e à economia (Amaral 2006).

Muitos dos jornais populares, buscando uma aproximação com o leitor, relegam para um plano secundário as fontes oficiais, embora não deixem de as usar. Amiúde escolhem como fontes prioritárias as pessoas comuns, que não servem para explicar o que ocorre na sociedade, mas para testemunhar os acontecimentos, tornando-os mais próximos dos leitores, autenticando-os ou conferindo-lhes sensação. De acordo com Amaral (2006), quando estes jornais recorrem a declarações das autoridades (sobretudo policiais), fazem-no como rotina e apenas para legitimar o assunto. De modo geral, os jornais populares usam as fontes oficiais unicamente para responder às inquietações dos leitores, construindo a credibilidade pela proximidade e pelo testemunho. Pelo contrário, os jornais de referência servem-se normalmente das fontes oficiais ou especializadas, acreditando que elas têm o compromisso de informar correctamente os cidadãos.

A retórica da autenticidade utilizada pelos jornais populares e destinada a estreitar o seu vínculo com os respectivos leitores também se processa através da linguagem. Nestes jornais, há, por isso, um forte apelo visual, predominando as imagens e rareando os conceitos. Por seu turno, os jornais de referência, apologizando a defesa dos interesses colectivos e regendo-se, para tal, por apertadas regras éticas e profissionais, exibem uma linguagem mais conceitual.

Perante o exposto, fica claro que, na imprensa de referência, o jornalismo é essencialmente um modo de conhecimento, ao passo que, na imprensa popular, ele possui ainda uma função de entretenimento. Como Amaral (2006), compreendemos que os jornais de referência procuram “fazer saber” e “fazer crer”, enquanto os jornais

populares pretendem igualmente “fazer sentir”, dando visibilidade aos sentimentos das pessoas sobre o mundo. A autora diz que, em várias ocasiões, a imprensa popular fere os valores jornalísticos tradicionais, particularmente em termos éticos. No entanto, faz questão de sublinhar que é redutora a ideia de que estes jornais apenas revelam degradação e mau gosto. De acordo com Amaral (2006:24), há ainda jornais populares que continuam apegados ao sensacionalismo, mas vários outros «*não se resumem mais à produção de sensações com matérias policialescas*», procurando fornecer ao leitor um sentimento de pertença a uma dada comunidade e fazendo-lhe perceber que o jornal faz parte do seu mundo. Já existe, por parte dos jornais populares, uma maior aproximação ao leitor através de outras estratégias como a prestação de serviços e o entretenimento. A cobertura jornalística já começa a ter maior destaque, ainda que não seja feita conforme a dos jornais de referência. Em todo o caso, vinca a autora, esse reposicionamento dos jornais populares não é sinónimo de qualidade.

Sem alongar a discussão sobre a problemática da qualidade no jornalismo, até porque não é esse o objectivo deste trabalho, reiteramos somente um aspecto que nos parece consensual e que tem a ver com a qualidade jornalística pressupor incontornavelmente o respeito pelos princípios éticos da actividade. Bogart (2004) afirma que o jornalismo, enquanto produto intelectual e à semelhança das outras artes de expressão humana, não pode ser avaliado como um produto material, mecânico, por meio de critérios extrínsecos e imutáveis. Porém, como observa Tabernero (2005 *apud* Faustino 2006), é possível perceber em que medida uma marca se ajusta a alguns modelos profissionais. Para este autor, a qualidade no jornalismo deverá ligar-se nomeadamente ao cumprimento dos padrões profissionais estabelecidos, o que, nota Faustino (2006), implica que os média procurem dizer a verdade, sendo inaceitáveis a manipulação e o sensacionalismo. Neste quadro, Benedeti (2006) diz que os princípios institucionais do jornalismo podem e devem guiar a prática e construção de critérios avaliativos da qualidade jornalística, pois há uma noção de qualidade que transcende os diferentes veículos de imprensa e que tem origem nas características do jornalismo e na sua relação com a sociedade. Por isso, a esta qualidade jornalística associam-se, como dissemos, os jornais de referência, na medida em que eles se orientam pelos preceitos jornalísticos tradicionais, concretizados em códigos éticos, o que não significa obviamente que eles, na prática, estejam isentos de erros. Nesta linha de pensamento, Amaral (2006:134) refere que a imprensa popular também pode ambicionar atingir

padrões jornalísticos de qualidade, desde que deixe de lado estratégias que segue actualmente:

[...] o entretenimento também informa, mas o seu compromisso não é com a informação. Para falar em jornalismo, é preciso falar em informação para a cidadania, não para o entretenimento ou para o consumo.

Na visão da investigadora, a imprensa popular, para ter qualidade, deve preencher os seguintes requisitos:

[...] um jornalismo popular de qualidade só será viável se souber construir seus contornos sem subordinar-se a determinados interesses mercadológicos [...] Um bom jornal destinado ao público popular deve considerar que seu leitor é também sujeito de um discurso sobre o que ocorre na sociedade, e porta características sociais e culturais específicas. Por isso, o jornal deve falar de um lugar diferente, sem abrir mão dos princípios éticos do bom jornalismo.

Independentemente da questão da qualidade jornalística, vislumbra-se, então, no campo dos média duas grandes concepções, que correspondem a dois universos culturais diferentes e que coexistem em permanência: por um lado, o segmento popular da imprensa, norteado por uma matriz dramática com raízes históricas no melodrama e no folhetim, que procura conquistar os sectores sociais de perfil mais popular e privilegia o entretenimento e a prestação de serviços, oferecendo matérias não necessariamente importantes em termos colectivos mas direccionadas especificamente àquilo que satisfaz o seu público, ou seja, notícias ligadas ao âmbito privado, ao quotidiano da população e de contornos espantosos; por outro, a imprensa de referência, assente nas ideias liberais e iluministas, que, mesmo estando num mercado (como qualquer jornal), se compromete com a divulgação dos factos de interesse público e se dirige a um público que quer entender o mundo, assumindo um discurso marcadamente informativo. Estes modelos jornalísticos associam-se a duas lógicas opostas e representam dois princípios de legitimação diferentes (Bourdieu 1997 *apud* Amaral 2004). Há uma lógica heterónoma (externa) em que a legitimação é definida pela maioria do público (veredicto do mercado), e uma lógica autónoma em que a legitimação é estabelecida pelo respeito dos valores internos ao campo jornalístico. Sob a lógica heterónoma, o jornalismo popular inclui-se no pólo comercial, onde os jornalistas actuam, directa ou indirectamente, em função de uma procura preexistente e em moldes prefixados, isto é, em função do que o público quer e como quer. A lógica

autónoma (embora não a autonomia total) é mais nítida no jornalismo de referência, que se situa no pólo intelectual, onde os jornalistas operam mediante o cumprimento das normas deontológicas, produzindo um jornalismo plenamente legitimado pela sociedade e integrado no imaginário social (*idem, ibidem*).

Cotejadas as diferenças entre estas duas concepções jornalísticas, já está delineado o contexto de actuação da imprensa de referência e definido o posicionamento dela no domínio dos média. Podemos agora identificar e explicitar as suas características, bem como as funções a que se dedica nas sociedades mundiais.

5.3. A modelização da informação jornalística

5.3.1. Marcas da imprensa de referência

No seio das democracias ocidentais, conforme aponta Meditsch (2004), o estado de direito veio limitar os interesses privados e não só arbitra as diferenças entre as partes mas acima de tudo sobrepõe o interesse público às razões particulares. As sociedades livres, contudo, não poderiam funcionar de forma saudável sem a actividade jornalística, cujo papel incide historicamente sobre aquilo que é importante a nível colectivo. Neste quadro, como sublinha Meditsch (2004), a referência moral do jornalismo está relacionada com o compromisso público, o que significa que o chamado jornalismo de referência, estruturando-se nos cânones jornalísticos tradicionais, tem como orientação principal os interesses gerais dos cidadãos, por contraste com a imprensa popular, na qual prevalece o interesse humano, do público.

De acordo com Ricardo Jorge Pinto³⁴, investigador e jornalista do semanário *Expresso*, é a distinção entre *broadsheets* e tablóides que está na origem da classificação que divide a imprensa entre jornais de referência e jornais populares.

Os tablóides, tendo enveredado por um caminho de maior sensacionalismo que facilmente distorcia a imagem daquilo que idealmente se concebe como jornalismo (a honestidade, a factualidade rigorosa, a opinião plural), distinguiram-se negativamente dos tais *broadsheets*, os quais passaram a ser considerados os jornais de referência,

³⁴ Entrevista concedida ao autor do trabalho a 28 de Julho de 2010, nas instalações da delegação do Porto do semanário *Expresso*.

porque eram aqueles que mais se aproximavam dos valores que tipologicamente o jornalismo assumiu, sobretudo a partir do século XIX.

Segundo Pinto, a expressão *jornalismo de referência* serve para modelizar os conteúdos informativos, ou seja, é uma espécie de *benchmarking* – os jornais de referência aparecem como modelo para a prática da actividade e estabelecem a linha pela qual os outros jornais se podem medir.

No seu pioneiro estudo *One Week's News*³⁵ (Paris, Unesco, 1953), o investigador francês Jacques Kayser avançou com considerações que foram importantes para delimitar em termos conceptuais o jornalismo de referência e para produzir um entendimento sobre este tema. Ele traçou uma análise comparativa de um conjunto de jornais diários de grande circulação, pertencentes a diferentes países do mundo e que foram escolhidos com base na sua importância por razões internacionais, na sua localização geográfica, na sua maneira de escrever e apresentar as notícias, e ainda com base nas condições muito especiais em que actuavam. O autor estabeleceu uma classificação dos jornais em virtude de dois critérios: a territorialidade e a política editorial. No que toca à territorialidade, definiu os jornais com legitimidade internacional, cuja circulação ultrapassa as fronteiras nacionais e cujas matérias são amiúde reproduzidas na imprensa estrangeira, apontando as quatro publicações que na altura tinham estas características (*Times*, de Londres; *Izvestia*, de Moscovo; *New York Times*, de Nova Iorque; *Le Monde*, de Paris); e os jornais dotados de credibilidade nacional, cujas informações divulgadas asseguram a manutenção de um grande público leitor, sendo os mais vendidos do seu país ou estando no lote dos de maior circulação (os jornais representavam 17 países, havendo dois africanos, três asiáticos, seis europeus, um australiano, um soviético, dois norte-americanos e dois sul-americanos). Quanto à política editorial, tipificou os jornais oficiais (mantidos pelos governos ou pelos partidos do poder político nos países comunistas ou nas democracias populares), os jornais comerciais (publicados por empresas jornalísticas competitivas que assumem políticas editoriais vocacionadas para o espectáculo e nitidamente alinhadas com os gostos do público leitor) e os jornais autónomos (editados por empresas jornalísticas que tentam preservar a sua independência informativa, harmonizando os desejos dos anunciantes e dos leitores). Estes últimos transformaram-se nos jornais de referência que hoje concebemos.

³⁵ O trabalho de pesquisa foi realizado em 1951, na semana de 5 a 11 de Março.

Há vários nomes para designar os jornais de referência, consoante o país onde eles estejam inseridos. Por exemplo, no Reino Unido, chamam-lhes *jornais de qualidade ou de classe*, diferenciando-os dos jornais populares ou de massa, em França conhecem-nos por *jornais de prestígio*, na Alemanha apelidam-nos de *jornais mundiais*, numa menção à sua reputação internacional, enquanto nos Estados Unidos os designam por *jornais sérios, de qualidade ou de prestígio*. Nestes, como noutros países, eles são ainda apontados como *grandes jornais, jornais intelectuais, jornais internacionais e jornais de elite*. Merrill (1968) aparta, contudo, os *jornais de qualidade* dos *jornais de prestígio*. O autor designa por *jornais de qualidade* os jornais livres de uma sociedade aberta, liberal, em que funciona o regime de mercado e a imprensa age sem ingerências governamentais, ao passo que opta por chamar *jornais de prestígio*³⁶ aos jornais restringidos ou controlados de uma sociedade fechada, autoritária, em que a imprensa é controlada pela máquina estatal.

Os *jornais de qualidade* são corajosos, independentes e seguem um padrão informativo, enquanto os *jornais de prestígio* são jornais sérios de uma elite poderosa, vocacionados para a difusão de dogmas e políticas, que funcionam como porta-vozes ou órgãos de uma pessoa ou grupo. Estes *jornais de prestígio* são primeiramente conhecidos por constituir a voz de uma instituição autoritária e, como tal, exercem influência sobre a audiência submissa dessa instituição, estando mais preocupados em ser os “representantes” da elite do poder, do que em reportar e discutir os assuntos da actualidade. São jornais confinados a um ponto de vista (normalmente o do governo) e estão atentos às pessoas e grupos que têm ideologias desviantes, revelando-se instrumentos de doutrinação e controlo social. Ao invés, os *jornais de qualidade* ou *jornais de elite livres* iluminam mentes e estimulam a discussão e reflexão inteligentes. São os jornais racionais, que de forma livre, corajosa e calma dão conta das controvérsias dos partidos políticos e da estridência nacionalista, apelando para os cidadãos no sentido de trabalharem juntos em nome do bem comum, de considerarem todos os lados dos assuntos complexos e de refrearem as decisões emocionais. Na óptica de Merrill (1968), os jornais com estas características valorizam o que se provou ser bom para a sociedade e rejeitam o que lhe foi prejudicial, para abordar de maneira

³⁶ A expressão *jornais de prestígio* é utilizada por Merrill apenas para distinguir, dentre os jornais de elite, aqueles que se revelam ideologicamente parciais daqueles que não o são. É somente uma questão de nomenclatura usada pelo autor para servir o propósito referido. Naturalmente, quando, de forma corrente, se diz que os jornais de referência têm prestígio, está-se a sublinhar o seu valor enquanto jornais que respeitam os princípios basilares do jornalismo.

séria os assuntos essenciais e os problemas com que a humanidade se confronta. Nos *jornais de qualidade*, fornecem-se as ideias sobre as quais o leitor quer reflectir, sendo que nos *jornais de prestígio* se transmite o que o leitor precisa de conhecer para ser um membro bem integrado da sua sociedade. O leitor dos *jornais de qualidade* é estimulado a pensar e agir livremente, emergindo estes jornais como promotores da autodeterminação democrática. Já o leitor dos *jornais de prestígio* é orientado para uma actividade concertada, pelo que estes jornais se afirmam como um instrumento de controlo do sistema social. Segundo o autor, o que acontece é que, nos *jornais de qualidade*, o orgulho nos princípios do jornalismo livre motiva a equipa destes jornais para padrões jornalísticos elevados. Por outro lado, nos *jornais de prestígio*, o jornalismo acaba por se tornar um perigoso negócio, no qual os erros não são tolerados. Merrill (1968) faz esta tipificação dentro das publicações com maior influência mundial, para diferenciar os jornais independentes dos jornais alinhados ideologicamente, avultando a importância da independência como valor impreterível de qualquer jornal de referência, necessariamente livre e, por isso, responsável.

A matriz norteadora dos jornais de referência é, assim, a matriz racional e iluminista que ampara o conceito ocidental de jornalismo. Significa isto, tal como vimos anteriormente, que estes jornais são influenciados pelas teorias da liberdade de imprensa, do iluminismo e da responsabilidade social. Daqui se percebe que a missão dos jornais de referência «*é a de defender o interesse público, de estar direccionado ao bem-estar social e de não se submeter aos interesses particulares, embora a actividade seja condicionada historicamente por factores sociais e económicos*». Neles, «*a notícia é mercadoria por acréscimo, pois se configura, antes de tudo, em informação relevante publicamente*» (Amaral 2006:54). Os jornais de referência são os grandes jornais institucionalizados económica e politicamente ao longo da história, os quais gozam de prestígio e influência nos seus países e além fronteiras, dirigindo-se às classes A e B (*idem, ibidem*). Embora se saiba que todos os jornais de grande dimensão tenham de considerar o lado comercial por uma questão de sobrevivência no mercado, os jornais de referência necessitam particularmente de ter credibilidade junto do seu público, um público formador de opinião. Só assim poderão ser sustentáveis financeiramente. Neste sentido, como nota Amaral (2006), os jornalistas da imprensa de referência têm de obedecer aos padrões éticos da actividade, o que leva o discurso destes jornais a ser

informativo: há um contrato diário do jornal com os leitores para separar a realidade da ficção, o que exige dele um compromisso com a verdade.

Tendo uma raiz racional, de contornos liberais, o jornalismo de referência é marcado por um paradigma noticioso que preconiza a utilidade pública, ou seja, a notícia precisa de ter utilidade para os cidadãos como forma de eles exercerem os seus direitos de cidadania. Através da imprensa de referência, salienta Merrill (1968), dissemina-se o diálogo reflexivo, plural e sofisticado, que é fundamental em qualquer sociedade livre e democrática. Estando ao serviço dos interesses públicos, o jornal de referência tem como obrigação relatar os acontecimentos mundiais de forma neutral, equilibrada, objectiva e verdadeira. A natureza social do jornalismo obriga ainda estes jornais a evitarem a divulgação de factos com interesse de favorecimento pessoal.

Nos jornais de referência, os acontecimentos têm maiores probabilidades de se converter em notícias caso: 1) envolvam indivíduos importantes; 2) tenham impacto sobre a nação; 3) estejam envolvidas muitas pessoas; 4) suscitem importantes desdobramentos; 5) estejam relacionados com políticas públicas; 6) possam ser divulgados com exclusividade. Os jornais de referência recusam os *fait divers* (descrições gratuitas e descontextualizadas sobre os factos curiosos e isolados, que não vão além deles mesmos), ao contrário da imprensa popular, que, para se ligar proximamente ao seu público-alvo, recorre a fórmulas que têm historicamente popularidade (Amaral 2006).

Merrill (1969) reconhece que cada jornal de referência tem as suas peculiaridades mas assinala que, entre este tipo de jornais, há certas características comuns (tom e estilo gerais, interesses, ênfase) que os tornam um segmento muito importante no sistema mundial de imprensa. Uma aura de dignidade e estabilidade é um traço forte da identidade destes jornais e reflecte-se, por exemplo, no seu tom primordial de seriedade, no respeito pela inteligência dos leitores e na plataforma de conhecimento que eles representam. Nesta imprensa, diz Merrill (1968), não se verifica a sensação e a histeria que tende a dominar muitos jornais do mundo, havendo uma clara noção do que é realmente significativo para os leitores e uma abordagem moral dos assuntos noticiosos. Desta forma, os jornais colocam o foco na informação e, segundo o autor, tornam-se confiáveis. A coragem é outra das características da imprensa de referência. O simples facto de que ela evitou a tentação de se popularizar e de adquirir uma feição

sensacionalista mostra, para Merrill (1968), que ela tem coragem. Os jornais de referência oferecem aos leitores um sério e completo conjunto de notícias, tentam constantemente liderar, e não apenas seguir, a opinião pública e têm a reputação de levantar temas quando tal não se afigura popular. A imprensa de referência é também responsável. O que lhe cabe é apurar todos os factos necessários para que os leitores façam correctamente os seus juízos na sociedade. Merrill (1968) sublinha que os jornais deste tipo procuram, na verdade, fazer o que a Comissão Hutchins disse que eles tinham de fazer, em 1947 – apresentar um retrato verdadeiro e inteligível dos acontecimentos diários num contexto que lhes dê significado. O objectivo é gerar confiança nos leitores e responder adequadamente às suas necessidades.

O rigor e profundidade característicos da imprensa de referência estão directamente ligados ao perfil do seu público. Conforme vinca Merrill (1968:26), os jornais de referência dirigem-se às pessoas que «*encaram as coisas sérias de forma séria e que procuram conscientemente a verdade*». Os jornais de referência dirigem-se a uma audiência coesa e, geralmente, o seu público é mais instruído e tem um maior interesse nos assuntos colectivos do que o público da imprensa popular. Os leitores deste tipo de jornais são lúcidos, exigentes, conhecedores e querem reflectir sobre os assuntos, não apenas conhecê-los (*idem, ibidem*). Para Amaral (2006), o público dos jornais de referência equipara-se, assim, a um sujeito político, que se interessa pelos acontecimentos do mundo e quer construir uma opinião sobre eles. Nesta perspectiva, a imprensa de referência, como adianta Merrill (1969), está dotada de uma ampla e acutilante componente opinativa, que se traduz em alargadas e permanentes abordagens analíticas dos demais temas nas diferentes secções do jornal: comentários, artigos de opinião, textos interpretativos e de enquadramento dos factos. Os produtos jornalísticos de carácter interpretativo e opinativo são graficamente demarcados em relação aos textos mais factuais. Ao nível da opinião, um dos principais destaques da imprensa de referência prende-se com o editorial, que por norma é vigoroso. Os editoriais, as colunas de opinião, as reflexões, os cartoons e as cartas ao director não pretendem ser pacíficos, antes mostram-se fortes, directos, informados e propiciadores de discussão. Estes textos são habitualmente críticos face ao governo, independentemente do partido que está no poder. Os jornais de referência levam muito a sério o seu lugar de vigia do governo e dos excessos praticados nas outras instituições da sociedade. A independência política corresponde, então, a um dos aspectos que identificam estes jornais (*idem, ibidem*).

De acordo com Merrill (1968), os diversos jornais de referência, muitas vezes, parecem mais preocupados com o futuro, com as implicações dos eventos actuais nos dias que ainda estão para vir. Graças à sua preocupação com o estado do mundo e ao seu conhecimento, a imprensa de referência consegue revelar clareza para analisar e prever o que pode acontecer nas sociedades. Num artigo publicado na extinta revista norte-americana, *Saturday Review*, descrevia-se a orientação deste género de imprensa:

A sua [imprensa de referência] filosofia geral é que os seus leitores . . . merecem e são capazes de entender as notícias importantes de qualquer parte do mundo, sobre qualquer tema, e de qualquer natureza. Ela [imprensa de referência] encara os seus leitores como estando em mudança e vê as fronteiras das notícias a expandirem-se (*apud* Merrill 1968:22).

Neste quadro, Merrill (1968) afirma que, em certo sentido, a imprensa de referência serve como a consciência verdadeira de uma nação, e até, em maior grau, como a consciência do mundo. Mesmo vários jornais menos conhecidos internacionalmente gostam de se considerar parte da consciência nacional daquela imprensa. Conforme observa Merrill (1969), há, dentro dos jornais de referência, o cuidado de preservar a política editorial vigente, para manter a finalidade séria dos mesmos e, por conseguinte, a sua credibilidade.

Os jornais de referência, em conformidade com o pensamento de Merrill (1968), são os jornais sérios, que tentam ultrapassar o que o investigador considera ser a confusão das fórmulas jornalísticas mais populares. Os padrões da prática editorial dos jornais de referência são mais influenciados por uma orientação intelectual e por uma visão idealística do que por um desejo de obter grandes circulações e lucros, como acontece com a imprensa popular. A imprensa de referência convida o público a analisar ideias com esperança e sentido crítico, a dissecar os assuntos, a resolver os problemas. Para Merrill (1968), se esta imprensa não fosse optimista não encararia as coisas sérias de maneira séria. Numa personificação muito pertinente, o autor reproduz a mensagem que os jornais de referência deixam aos leitores:

Deixem-nos raciocinar juntos; deixem-nos não gritar nem chamar nomes nem agitar bandeiras nem apontar armas; deixem-nos ser calmos e racionais (Merrill 1968:7).

Os jornais de referência emergem como os jornais preocupados e conhecedores. Direccionada para o cidadão instruído, que está a par dos assuntos principais da sua

época e preocupado com eles, a imprensa de referência é indiscutivelmente lida por mais líderes de opinião em todo o mundo do que os outros tipos de imprensa. Em todos os países desenvolvidos, há pelo menos um jornal (normalmente até dois ou três) que se impõe como uma publicação de referência (Merrill 1968). Os jornais desta estirpe, bem informados acerca dos assuntos governamentais, alcançam uma reputação de credibilidade, pelo seu conhecimento especializado e porque apresentam a imagem mais rigorosa do pensamento do governo. Apesar de as suas tiragens não serem muito elevadas, os jornais de referência dispõem de uma tremenda influência, na medida em que são lidos regularmente pelos agentes públicos, pelos académicos, pelos jornalistas, pelos teólogos, pelos advogados, pelos juizes e pelos líderes económicos, a quem se juntam todos aqueles que noutros países têm a tarefa de acompanhar os assuntos internacionais. São estes jornais que costumam figurar nos gabinetes governamentais, nas livrarias e universidades de todo o mundo, e são eles quem ajuda a enquadrar as opiniões destas elites e a visão que elas formam do mundo. De acordo com Marques de Melo (2004), a validade pública do jornalismo de referência não radica unicamente no reconhecimento que lhe é tributado pelas elites dirigentes, governamentais ou empresariais, ou pelos líderes da sociedade civil, mas fundamentalmente na função de agendamento informativo que este segmento da imprensa exerce no interior do sistema mediático. Os jornais de referência transformam-se, assim, em fontes de alimentação contínua dos telejornais, dos radiojornais e dos webjornais, como também das revistas semanais e de outras publicações periódicas.

Hayman (1963 *apud* Merrill 1968) afirmou que a imprensa cumpre o seu papel de funcionar como um espelho da sociedade. Embora, de algum modo, isto seja verdade, à imprensa de referência, em particular, exige-se mais (Merrill, *ibidem*). Ela tem de avaliar os eventos e não simplesmente relatá-los, devendo ainda ter opiniões definitivas e expressá-las corajosamente. Os jornais de referência não devem ficar satisfeitos por apenas “reflectir” a sociedade, pois a sua missão é muito mais do que isso. Merrill (1968) classifica este género de imprensa como líder, intérprete e pioneira no contexto das relações humanas e internacionais. Mais do que tentar apenas traduzir a sociedade (em todas as suas imperfeições), a imprensa de referência procura apresentar as notícias e os pontos de vista como um meio de reformar essa sociedade, ou partes dela. O desígnio desta imprensa é, portanto, direccionar a vida colectiva de forma racional em vez de a reflectir de maneira fragmentada e distorcida.

Na realidade, os jornais de referência produzem especialmente notícias contextualizadas, enquadradas, isto é, *estórias* que têm um significado além dos factos que transportam. São *estórias* que apresentam as notícias como um todo, num contexto histórico-social, relacionando os diferentes assuntos de forma subtil (algo que pode não ser sempre imediatamente percebido pelos leitores). Vale dizer, os assuntos económicos ligam-se aos assuntos políticos, estes ligam-se aos assuntos culturais e sociais, e outras conexões temáticas se estabelecem nesta lógica. Mesmo as *estórias* relativas ao chamado interesse humano, quando surgem, remetem desde logo para uma perspectiva social abrangente do tema abordado e são associadas ao foco editorial global que o jornal adopta em cada edição, o que permite colocar a tónica nas realidades nacionais e internacionais (Merrill 1968). Quando entendem que se impõe divulgar uma determinada *estória* com essas características, os jornais de referência fazem-no mediante um ângulo mais global e analítico. As notícias são marcadas por correlações de factos que sugerem enquadramentos de análise, contrariamente ao que sucede na imprensa mais popular, em que muitas vezes se personalizam demasiadamente as notícias, descontextualizando-as, ou seja, apagando o carácter histórico-social dos factos (Amaral 2006). Normalmente, as notícias, nos jornais de referência, apresentam profundidade e rigor, o que não quer dizer que não tenham criatividade.

Merrill (1969) assevera que a popularidade dos jornais de referência não é construída com base na abordagem de assuntos sensacionalistas, que envolvem o carácter privado da vida dos cidadãos, nomeadamente os assuntos de natureza sexual. A imprensa de referência oferece aos seus leitores factos, num contexto que lhes dá sentido, e ideias, estimulando interpretações. Segundo Merrill (1969), a imprensa deste tipo proporciona uma *educação contínua*, gerando junto dos seus leitores o sentimento de que eles estão a ter acesso a um retrato sintetizado dos mais importantes acontecimentos e reflexões do dia. Nas palavras do autor, o leitor dos jornais de referência, ao contrário do leitor da imprensa mais popular, não se sente um coleccionador de peças jornalísticas isoladas, antes é colocado perante uma *totalidade* jornalística com significado. Merrill (1968:7) traça o perfil dos jornais de referência:

Eles apelam para o pensamento e para a lógica; não para a emoção. Eles estão interessados em solidificar o mundo, não em compartimentá-lo. Eles estão interessados em ideias e em temas, não em meros factos. Eles estão todos relacionados uns com os outros, não obstante o seu local de publicação ou a sua língua; Eles têm as mesmas

preocupações, são persistentes e directos – independentemente do que possam ser as suas tiragens.

A imprensa de referência oferece aos seus leitores um amplo conjunto de notícias e visões em torno de quatro grandes áreas: 1) política/ internacional; 2) negócios/ economia; 3) educação/ ciência/ cultura; 4) as humanidades com destaque para as artes, a literatura, a filosofia e a religião. Uma das marcas mais evidentes dos jornais de referência diz respeito ao cosmopolitismo. Contrariamente à imprensa popular, que apenas ocasionalmente se debruça sobre o que ocorre fora do seu país, a imprensa de referência preocupa-se sobremaneira em difundir notícias e perspectivas respeitantes às outras nações. Por isso, confere especial atenção a matérias como o comércio internacional e as relações políticas mundiais, assim como a questões multiculturais do ponto de vista económico, social, científico e educacional. Segundo Merrill (1968), os jornais de referência não relevam somente os assuntos nacionais, mas consideram igualmente importante informar os seus leitores acerca dos acontecimentos e problemáticas internacionais. Na opinião do autor, estes jornais são capazes de ver o mundo como um todo e não simplesmente como um conjunto de estados nacionalistas isolados e indiferentes uns em relação aos outros. Através da leitura regular de um jornal de referência, discorre Merrill (1969), o leitor acaba por conhecer muito melhor as pessoas de outros países e culturas.

Os jornais de referência têm, pois, o poder de relatar o que ocorre no mundo, sendo a partir deles que os cidadãos poderão ter uma noção aproximada das realidades atinentes às outras nações. Quer os temas internacionais, quer os nacionais obedecem, nestes jornais, ao interesse público e, por isso, quem fala na imprensa de referência tem algo a dizer à sociedade, tem de corroborar a imagem de um jornal sério, credível (Amaral 2006). De modo geral, as opiniões presentes nos jornais de referência são veiculadas pelos jornalistas, editorialistas, colunistas e pelas fontes oficiais, as quais predominam neste segmento da imprensa, justamente porque representam instituições de poder, exercem algum controlo e possuem determinadas responsabilidades. As pessoas que não exercem poder na sociedade, não ocupam cargos de notoriedade ou não têm representatividade económica também falam nestes jornais, mas com muito menor frequência. Como salienta Amaral (2006), os jornalistas da imprensa de referência entrevistam normalmente fontes oficiais e especializadas, sendo que as fontes populares são consultadas apenas quando testemunham algum facto trágico ou quando estão

envolvidas em acontecimentos relevantes. De acordo com a autora, as fontes oficiais são mais procuradas, na medida em que aparentemente têm o compromisso de informar correctamente e dispõem de informações interessantes e úteis, possuindo legitimidade para falar à sociedade. Estas fontes são pessoas que têm a trabalhar para si uma estrutura de assessoria de imprensa, a qual lhes presta um auxílio essencial no agendamento e na intermediação de entrevistas (*idem, ibidem*).

Merrill (1968) diz que, embora os jornais de referência tenham uma orientação séria e intelectual, os seus responsáveis tentam utilizar o mínimo de termos e expressões excessivamente técnicos e especializados, procurando a clareza discursiva. Ainda assim, nota o autor, esses responsáveis apercebem-se de que, tendo a função de informar e contextualizar um público instruído e que quer conhecer e saber cada vez mais, as palavras técnicas e científicas são quase sempre melhores do que os vocábulos comuns. Merrill (1968) sublinha, então, que os profissionais da imprensa de referência acabam por ter de empregar os termos técnicos, mais difíceis, mas também mais precisos. Neste quadro, Amaral (2006) vinca que a linguagem dos jornais de referência é rica em conceitos, ao passo que a dos jornais populares assenta numa forte componente visual (predomínio das imagens), mostrando-se pouco conceitual.

Ao nível da identidade gráfica, os jornais de referência exibem uma maior sobriedade e um maior equilíbrio comparativamente aos jornais populares. Merrill (1969) realça que a imprensa de referência se caracteriza transversalmente por uma dignidade tipográfica. O tipo de letra é discreto e harmonioso, sendo o preto e o branco as cores predominantes, para que os leitores se concentrem nos conteúdos. O *design* dos jornais de referência é por norma elegante, horizontal e contém repousantes espaços em branco entre os blocos de texto, o que infunde rigor, tranquilidade e facilita a capacidade de leitura. Nas manchetes, também se verifica uma valorização da informação, já que não há uma notícia que se sobreponha demasiado a pelo menos outra das restantes. Já nos jornais populares, predominam as cores vivas (sobretudo o vermelho), as imagens de grande dimensão, os textos curtos e as letras maiúsculas, não havendo, nas manchetes, grande espaço entre os diferentes conteúdos, o que provoca alguma confusão na leitura. Tudo isto pretende gerar sensações junto dos leitores (Sousa 2005).

Em todo o mundo, existem inúmeros jornais que podem ser considerados de referência, aparecendo a maioria deles em quatro línguas: o inglês, o alemão, o espanhol e o francês. Estes jornais são sobretudo publicados nos países mais desenvolvidos em termos económicos (Merrill 2000). Há algumas décadas atrás, John Merrill (1968), um dos autores que lançaram as bases para a compreensão do jornalismo de referência, realizou um estudo aturado e estabeleceu uma classificação piramidal de cem jornais mundiais, a qual se alicerçava em quatro níveis (*elite primária*, *elite secundária*, *elite terciária*, *perto da elite*). Baseado nas entrevistas que fez a múltiplos líderes de opinião de todo o mundo, pertencentes a diferentes áreas de actividade, Merrill (1968) colocou no topo da pirâmide (*elite primária*) os dez jornais que os resultados do estudo indicaram como sendo os principais jornais de referência da época em termos internacionais:

1. The New York Times (EUA)
2. Neue Zürcher Zeitung (Suíça)
3. Le Monde (França)
4. The Guardian (Grã-Bretanha)
5. The Times (Grã-Bretanha)
6. Pravda (URSS)
7. Jen-min Jih-pao (China)
8. Borba (Jugoslávia)
9. Osservatore Romano (Vaticano)
10. ABC (Espanha)

Em 1999, Merrill (2000) realizou uma pesquisa semelhante, menos exaustiva mas que o autor considera mais realista, e actualizou esta classificação. Houve apenas três permanências (*The New York Times*, *Neue Zürcher Zeitung*, *Le Monde*) e destacou-se a saída dos jornais comunistas (*Pravda*, *Jen-min Jih-pao*, *Borba*). O investigador refere que a liberdade de imprensa deve ter sido considerada mais importante pelos que participaram neste estudo de 1999, o que pode explicar o desaparecimento dos jornais comunistas e do diário do Vaticano. À entrada para o século XXI, as publicações que seguidamente elencamos emergiram como os jornais de referência mais proeminentes a nível mundial:

1. The New York Times (EUA)
2. Neue Zürcher Zeitung (Suíça)
3. The Washington Post (EUA)

4. The Independent (Reino Unido)
5. Sueddeutsche Zeitung (Alemanha)
6. Le Monde (França)
7. Āsahi Shimbun (Japāo)
8. The Los Angeles Times (EUA)
9. Frankfurter Allgemeine (Alemanha)
10. El PaĀs (Espanha)

Pelo que destacamos neste ūltimo ponto, percebe-se que os jornais de referēncia, embora variem entre eles fruto das naturais especificidades de cada um, partilham determinados traços que marcam claramente a sua identidade. Resumidamente, podemos dizer, em conformidade com Merrill (1968), que as caracterĀsticas definidoras dos jornais de referēncia sāo as seguintes:

- 1) Independēncia; estabilidade financeira; integridade; preocupaēo social; boa escrita e ediēo;
- 2) Forte ênfase na opiniāo e interpretaēo; consciēncia do mundo; ausēncia de sensacionalismo nos artigos e no design;
- 3) Foco na polĀtica, relaēoes internacionais, economia, bem-estar social, cultura, educaēo e ciēncia;
- 4) Preocupaēo em alcanēar, desenvolver e preservar uma equipa de trabalho vasta, inteligente, instruída, articulada e tecnicamente competente;
- 5) Determinaēo em servir e ajudar a expandir a nĀvel nacional e internacional uma audiēncia instruída, intelectual; desejo de apelar para os lĀderes de opiniāo de todo o mundo e de os influenciar.

5.4. Na prĀtica

5.4.1. O caso do *Público*

Ainda antes do lanēamento do primeiro nūmero do *Público*, a 5 de Marēo de 1990, a equipa fundadora do jornal e o grupo empresarial que o detēm, a Sonae, apresentaram em 1989, numa conferēncia de imprensa, o projecto jornalĀstico que se preparavam para implementar. Na altura, o *Público* foi descrito como «*um jornal diĀrio que, atravēs de uma aposta inovadora no plano editorial e tecnolōgico,*» pretendia reunir «*as energias necessĀrias para responder ao desafio de uma informaēao moderna*

*e de qualidade no espaço europeu»³⁷. Também neste ano, Vicente Jorge Silva, o primeiro director do Público, dizia que o estilo do jornal «*integra os grandes princípios fundadores do jornalismo moderno – adoptados pelos jornais de referência em todo o mundo, do The Washington Post e do The New York Times ao La Repubblica, El País, Le Monde ou The Independent – e uma nova sensibilidade para captar e noticiar os acontecimentos, que caracteriza um jornal como o Libération, por exemplo*» (apud Livro de Estilo do Público 2005:15). Vicente Jorge Silva acrescentava:*

O rigor de uma informação completa e fundamentada – sobre factos e não sobre rumores –, a imparcialidade da atitude jornalística, a correcção, clareza e concisão da escrita são, para o PÚBLICO, regras essenciais. Mas o respeito escrupuloso por essas regras não é incompatível com a procura de formas inovadoras de noticiar, interpretar e editar a actualidade. Pelo contrário: a adaptação da imprensa à era da informação impõe a pesquisa imaginativa de códigos de comunicação adequados a novos hábitos e tempos de leitura que fazem já parte do quotidiano português (*ibidem*).

Em 2005, José Manuel Fernandes, então director do Público, afirmou que o jornal continuava a ter como objectivo «*realizar um jornalismo que case o rigor com a capacidade de surpreender*», um jornalismo que junte «*a ambição de ir mais longe*» ao «*equilíbrio nas abordagens noticiosas*», por meio de «*uma escrita concisa e directa sem deixar de ser viva e inventiva*». Por ocasião dos 15 anos do Público, José Manuel Fernandes reiterava as obrigações do jornal:

Desde o início que sabemos que o jornalismo moderno exige mais do que a simples descrição dos factos ou a transcrição das declarações, implicando também a capacidade de ajudar os leitores a entenderem-nos, realizando uma abordagem multidisciplinar e plural. O que implica que o jornalismo do PÚBLICO não seja um jornalismo de “pé-de-microfone”, em que apenas se retransmite a informação fornecida por outrem, nem seja um jornalismo tendencioso, de grupo ou facção, em que a realidade é olhada sempre pela mesma lente distorcida de uma determinada ideia preconcebida (*ibidem*:6).

O ex-director do Público, naquela data ainda em funções e, portanto, a comandar editorialmente o jornal, recordou palavras que ele próprio havia proferido cinco anos antes e que davam conta de que a cultura editorial do Público «*é feita de exigência e de gosto pela inovação*» para «*nunca desiludir os leitores mais críticos do país*». Neste sentido, sublinhou que o jornal devia possuir não só «*regras de ética e deontologia, mas também regras comuns de bom gosto e bom senso*», as quais são

³⁷ Declaração subscrita pelo accionista e pela equipa editorial fundadora do Público.

«mais difíceis de definir do que as relacionadas com o rigor profissional, mais difíceis de atingir sem uma forte cultura de jornal e de empresa, mas [...] que no tempo da informação-espectáculo permitem distinguir entre a precipitação bem-intencionada e o sentido da responsabilidade social sobre o qual se ergue o princípio sagrado da liberdade de imprensa» (ibidem:9). Já em 2009, Bárbara Reis substituiu José Manuel Fernandes e, desde logo, enquanto directora do jornal, disse que a missão da sua equipa de trabalho passava por «garantir a sustentabilidade do PÚBLICO como projecto de referência», perseguindo a liderança «no rigor, na reportagem, na análise, na crítica cultural e na opinião»³⁸. Olhando ainda para o Estatuto Editorial do jornal, designadamente para o terceiro ponto, constatamos que o *Público* assume inscrever-se «numa tradição europeia de jornalismo exigente e de qualidade, recusando o sensacionalismo e a exploração mercantil da matéria informativa» (apud Livro de Estilo do Público 2005:21).

Como atestam todos estes trechos, o *Público* comprometeu-se, desde a sua fundação, a praticar um jornalismo de referência e, ao longo dos anos, tem-se apresentado perante a sociedade portuguesa como sendo um jornal que segue uma política editorial consentânea com aquele tipo de jornalismo. O que agora fazemos é tentar perceber até que ponto os atributos da imprensa de referência, explicitados anteriormente, estão presentes no *Público* e conduzem a sua actuação.

De acordo com Nuno Pacheco³⁹, director-adjunto do jornal, as directrizes do jornalismo do *Público* são, antes de mais, o respeito pela ética profissional, a isenção, a responsabilidade e a transparência:

A maneira como descrevemos e analisamos os factos não pode deixar dúvidas aos leitores, tem de os fazer acreditar naquilo que noticiamos. Ou seja, tem de os fazer perceber que eles estão, de facto, perante um trabalho jornalístico. Isto é o essencial, o grande objectivo do jornal, é com base nisto que trabalhamos, o que não significa que todas as normas orientadoras que estipulámos sejam sempre cumpridas.

Pacheco reconhece que, por vezes, o *Público* falha em alguns aspectos, mas salienta que, nesses casos, o erro é admitido. Para tal, existe a secção *O PÚBLICO errou*, que, «com periodicidade indispensável», se destina à «correção de erros ou

³⁸ Artigo publicado na edição impressa do *Público* e retirado da página oficial do jornal na internet: http://www.publico.clx.pt/Media/um-novo-comeco_1407731.

³⁹ Entrevista concedida ao autor do trabalho a 2 de Julho, na sede do jornal *Público*, em Lisboa.

imprecisões» publicados nas páginas do jornal em edições anteriores. Nela, corrigem-se, por iniciativa própria do jornal, estatísticas erradas, «*nomes mal grafados, funções incorrectamente referidas, faltas de rigor e objectividade, informações falsas, declarações indevidamente atribuídas*» (apud Livro de Estilo do Público 2005:35-36). Pacheco refere que esta secção foi uma novidade introduzida pelo *Público* na imprensa portuguesa:

Logo no início, em 1990, decidimos que devíamos admitir o erro. Gostamos de o fazer para evitar deixar no ar a desconfiança dos leitores. É preferível fazer isto do que deixar que os leitores continuem irritados com o jornal. Se nós prometemos rigor, temos de o cumprir. Quando não o cumprimos, temos de assinalar que não o fizemos. Para além disso, sempre tivemos provedores, que servem exactamente para conhecer as queixas dos leitores e para nos informar delas, de modo que possamos corrigir o que está mal. Há sempre uma certa tensão entre quem faz o jornal e quem o lê; os leitores gostam de umas coisas, detestam outras, isso é normalíssimo. O mais importante é saber gerir bem a relação e reatar laços.

Para Ricardo Jorge Pinto, a secção *O PÚBLICO errou* constitui uma marca importante do perfil do *Público*, diferenciando-o dos outros jornais. Trata-se, segundo Pinto, da capacidade de o jornal assumir o erro sem complexos e de não o tentar disfarçar. Falamos, então, de um instrumento que o *Público* utiliza para ir ao encontro da verdade e do rigor, e que serve ao mesmo tempo para tentar granjear a credibilidade exigível a qualquer jornal dito de referência.

Na esteira do que diziam Vicente Jorge Silva e José Manuel Fernandes, Nuno Pacheco considera que a filosofia de actuação do *Público* se equipara à de alguns dos principais jornais de referência a nível mundial, reforçando que a sua preocupação de unir rigor e criatividade é antiga:

Desde o início, o *Público* sempre quis ser um jornal como os grandes jornais europeus e norte-americanos que queriam marcar uma opinião, ajudar as pessoas a raciocinarem melhor sobre a sociedade que as rodeia e também contribuir para que elas pudessem decidir bem. O nosso empenho é este. Aliás, o jornal surge numa altura em que começa a haver uma maior abertura face ao público, num momento de crises em que se justificava uma grande intervenção social junto das pessoas e em que havia a necessidade de elas estarem muito bem informadas. Naquela ocasião, os diários mais antigos (os semanários já estavam mais avançados) tinham uma posição “morta”, frouxa face à sociedade. Eram ainda a preto e branco e, portanto, o que nós quisemos foi inovar, combinando rigor com ousadia e introduzindo mais cores no jornal (dentro do

possível), algo que na altura estava reservado aos jornais sensacionalistas. O que quisemos provar foi que é possível fazer um jornal sério, que não desvirtua a realidade, que explica as coisas e que ao mesmo tempo consegue ser criativo.

Ricardo Jorge Pinto concebe o *Público* como um jornal detentor de valores e princípios identificáveis com a referência jornalística. Mediante o ponto de vista de Pinto, o *Público*, relacionando-se com os moldes jornalísticos tradicionais, afasta-se das práticas, estruturas e estratégias mais próximas de outras concepções informativas vocacionadas para a vertente emotiva e para o sensacionalismo.

No que toca ao tópico da independência política, Nuno Pacheco afirma que o *Público* é totalmente alheio a qualquer tendência:

Não nos inclinamos, seja para que lado for. Ainda ontem [1 de Julho de 2010], publicámos um artigo de José Sócrates e hoje [2 de Julho de 2010] tínhamos um destaque na manchete sobre uma posição do PSD. O que nos interessa é o que acontece, o que é notícia em cada momento. O mesmo é válido em relação aos outros partidos.

O director-adjunto do *Público* faz questão de vincar que o jornal tem colunistas de diferentes ideologias políticas e desempenha de maneira firme o papel que lhe cabe enquanto *watchdog* social, vigiando, por isso, em permanência os poderes. Para Nuno Pacheco, é esta a postura que um jornal de referência deve adoptar sempre, apesar dos desentendimentos que surgem, particularmente com os governantes:

Acabámos por ter desaguisados com vários governos: desde o de António Guterres (embora a crispação não tenha sido assim tão grande), o de Durão Barroso e o de Santana Lopes (neste caso houve bastante tensão) ao actual de José Sócrates, com quem a relação se tornou mais difícil por causa de alguns editoriais e notícias que saíram sobre ele. Independentemente do poder, este tem de ser sempre vigiado.

A propósito desta matéria, Ricardo Jorge Pinto diz que é preciso ter algum cuidado nas apreciações que se fazem, porque em diferentes fases da sua existência os jornais têm diferentes posicionamentos. Quanto ao *Público*, em concreto, Pinto recorda que o jornal foi recentemente acusado pelo primeiro-ministro, José Sócrates, de estar a fazer uma campanha contra o Partido Socialista e de ter adquirido uma feição ideológica. O investigador e jornalista nota que sobre esta situação seria necessário fazer uma análise individualizada, adiantando que, com a concentração dos média em grupos económicos, tendem a desencadear-se polémicas desta natureza, já que as empresas detentoras dos meios de comunicação social têm os seus interesses. Em todo o

caso, Pinto evidencia que, de maneira geral, os jornais de referência, com traços semelhantes aos do *Público*, praticam especialmente o tal *watchdog journalism*, revelando uma postura crítica em relação aos governos e às «falhas do sistema», enquanto os jornais populares tomam mais facilmente partido a nível ideológico.

Ainda acerca da relação entre o *Público* e os governos, Nuno Pacheco sublinha que o jornal procura estar constantemente atento às acções governamentais para atender aos interesses dos cidadãos, que apenas podem decidir uma vez, aquando das eleições:

Nós temos esse dever de escrutinar tudo o que se passa em termos políticos e que tem efeitos para a vida das pessoas. É esse o nosso papel; e o que é bom para a sociedade é precisamente haver jornais vigilantes face aos poderes, não o inverso. Também é importante dizer que podemos ter uma relação cordial com determinadas personalidades, mas, mesmo assim, podemos publicar uma história complicada para elas, se tal se justificar. Além disso, a nossa postura de vigiar o governo continuará da mesma forma se for outro partido para o governo. Não alteramos a nossa actuação em função de aspectos político-partidários.

Ao nível da abordagem dos assuntos noticiosos, Pacheco explica que a intenção do *Público* é relatar os factos de forma imparcial e exacta, sem se confinar à descrição dos mesmos:

Procuramos levar os acontecimentos tão objectivamente quanto possível às pessoas, mas queremos sempre oferecer uma explicação, um significado para lá dos factos em si; no fundo tentamos dar um contexto às *estórias* para que não sejam entendidas de forma isolada. Esta é, quanto a nós, a única forma de fazer um jornalismo adequado a um público exigente como o nosso, que não se contenta em conhecer apenas aspectos particulares (de que mais tarde até se vai esquecer) e quer perceber a dimensão colectiva de um acontecimento.

No Livro de Estilo do *Público* (2005:45), estabelece-se que, para o jornal, a notícia não se restringe «ao telex de agência [...] que deve constituir, sempre, um mero ponto de partida para uma informação mais completa (mesmo no âmbito das breves)». Significa isto que «a notícia não dispensa o enquadramento básico dos factos no contexto em que eles ocorrem, ou seja, o ‘background’, nem a sua relação com outros factos que condicionam os primeiros». Para elucidar os procedimentos noticiosos do *Público*, Nuno Pacheco recorre a um exemplo prático, fazendo referência à maneira de produzir informação dos jornais que têm uma política editorial de carácter mais popular:

Uma das coisas que mais caracterizam os diários sensacionalistas é o modo como eles abordam o crime: de uma forma perfeitamente voyeurista, expõem demasiado as vítimas e as suas famílias. Isto é algo que nós não fazemos. Por exemplo, quando acontece um caso de violação a menores em Portugal, podemos obviamente noticiar o assunto se acharmos que ele tem interesse para o público, mas vamos tentar saber como acontecem, de modo geral, estas situações, quem as pratica maioritariamente (se é a família ou não), tentando mostrar qual é a taxa de ocorrência destes crimes, se há alguma coisa a ser feita no país para prevenir e combater esses casos, quais as penas que são atribuídas a esses criminosos. A nossa intenção, geralmente, é ir mais fundo, alertar, fazer reflectir, mostrar uma perspectiva mais abrangente dos temas (mesmo os de interesse humano). Até porque, por exemplo, quem for ler alguns jornais que apostam muito em notícias sinistras soltas pode pensar que determinado país é muito perigoso e está cheio de crimes, quando a realidade não é bem essa.

Ricardo Jorge Pinto concorda com a ideia de que o *Público*, como os outros jornais de referência na generalidade, relaciona «*de forma mais elaborada*» os assuntos noticiosos e aprofunda-os em maior grau do que os jornais populares, fazendo «*muito mais facilmente trabalhos com enquadramentos de análise*». Ainda assim, Pinto observa que, por vezes, os jornais de referência, por força do seu «*grau complexo no relacionamento noticioso*», se tornam algo elitistas e perdem «*alguma tracção à realidade*», exemplificando esta argumentação com o tema principal da primeira página do *Público*, no dia 28 de Abril de 2010:

Mesmo sendo eu um leitor da imprensa de referência, pergunto-me se interessará a muita gente uma manchete que dá conta de que os juros de Portugal estavam iguais aos da Grécia quando esta pediu ajuda, através de um gráfico de grande dimensão, de vários dados económicos, números e termos técnicos, e ocupando grande parte da primeira página. Este é um caso que mostra como, em algumas ocasiões, os jornais de referência se distanciam da realidade. Eu compreenderia esta manchete se ela fosse a do *Jornal de Negócios* ou do *Diário Económico*.

Neste quadro, Pinto diz que os jornais de referência, quando tomam opções editoriais demasiado elitistas, acabam por ser penalizados nas tiragens. Em todo o caso, para Ricardo Jorge Pinto, o que se verifica é que os jornais de referência, como o *Público*, difundem assuntos mais reflexivos porque têm leitores apetrechados do ponto de vista académico e cultural e, por isso, aptos a ler análises aprofundadas, enquanto os jornais populares, dirigindo-se a audiências que na globalidade têm mais dificuldades de compreensão das realidades complexas, veiculam aquilo que é mais superficial. O

investigador e jornalista reconhece que alguns jornais populares também interpretam os factos, fazendo-o todavia sem a profundidade presente na imprensa de referência.

A estratégia de aprofundamento dos assuntos seguida pelo *Público* também se reflecte, segundo Nuno Pacheco, no segundo caderno do jornal, o *P2*, e na sua revista, a *Pública*:

Os trabalhos mais alternativos, por vezes relacionados com os temas tratados no *P1* e as reportagens mais alargadas são colocados ora no *P2*, ora na *Pública*. Por exemplo, quando morre uma figura importante da sociedade portuguesa, nós pomos no *P2* um bom obituário dessa pessoa ou a sua história de vida. Ou então quando há grandes acontecimentos, exploramo-los sob outro ponto de vista: a propósito do Mundial 2010, trouxemos um artigo sobre a relação entre política e futebol. Outra situação: quando se falou muito do vulcão islandês, cujas nuvens de fumo forçaram o cancelamento de imensas viagens de avião na Europa, decidimos fazer na revista uma reportagem profunda sobre o trabalho dos controladores aéreos. No fundo, no *P2* e na *Pública*, temos mais espaço para o desenvolvimento dos assuntos. Queremos tornar sempre os assuntos que tratamos mais ricos a nível informativo; obviamente que nem sempre o conseguimos, mas a nossa bitola, a nossa exigência é a profundidade.

Ricardo Jorge Pinto reconhece o *P2* e a *Pública* como «importantes extensões» do *Público* no que respeita ao enriquecimento dos temas abordados pelo jornal. Segundo Pinto, o *P2*, em particular, passou a acolher muitos dos temas culturais que perderam espaço no caderno principal do jornal, após a extinção da secção *Cultura*.

Valorizando sobremaneira o desenvolvimento das matérias informativas, o *Público* possui um forte carácter opinativo. De acordo com Nuno Pacheco, os colaboradores, cronistas e analistas do jornal dissertam regularmente sobre os principais temas de relevância pública, a fim de lançar pistas de reflexão aos leitores. Estes textos aparecem nos editoriais, nas páginas de opinião ou ainda junto dos blocos textuais puramente informativos. Ricardo Jorge Pinto corrobora o «significativo» destaque conferido pelo *Público* à vertente opinativa, sublinhando que, como em qualquer jornal de referência, essa vertente é reforçada precisamente pelo facto de os textos opinativos estarem distribuídos por todo o jornal. Nuno Pacheco destaca que há uma separação nítida entre facto e opinião no jornal. «*Informação e opinião têm espaços claramente demarcados no PÚBLICO*» (apud Livro de Estilo do Público 2005:56). A componente opinativa acerca da actualidade diária concretiza-se no *Público* através de três géneros - «o editorial, assinado por um elemento da Direcção editorial; o comentário, assinado

por um director, editor ou jornalista; e a opinião, assinada por um convidado» (ibidem). Pacheco nota que a estes géneros se junta a análise, em que o jornalista se serve de opiniões e declarações de diferentes protagonistas das notícias para interpretar os acontecimentos. Quanto ao editorial, configura, segundo Pacheco, «uma das principais marcas» do jornal, sendo que actualmente é redigido, para além dos membros da direcção editorial, por outros cinco jornalistas (Jorge Almeida Fernandes, Teresa de Sousa, Margarida Santos Lopes, Ricardo Garcia e Vítor Costa). São «editoriais» em que se deixam «mensagens incisivas». Ricardo Jorge Pinto considera que o *Público* «continua a apostar nos editoriais», que «não são escritos só porque têm de o ser». Já o comentário, mediante Pacheco, «está a meio caminho entre a análise e a opinião», tendo «um lado mais pessoal do que a análise» - o jornalista do *Público* debruça-se sobre os factos de uma notícia, comentando-os com o seu ponto de vista. A opinião, por fim, corresponde a um «juízo de valor» em torno dos factos (apud Livro de Estilo do *Público* 2005:45). Um texto opinativo, seja ele qual for, vem sempre marcado graficamente como tal, diferenciando-se manifestamente da notícia. «A diferenciação entre textos noticiosos e textos de opinião tem de ser clara aos olhos do leitor. Por esse motivo, os títulos dos textos de opinião no PÚBLICO são sempre em itálico» (ibidem:77). A análise, por sua vez, diferencia-se, em termos formais, das notícias, não apenas «pela utilização de elementos gráficos próprios (que imediatamente identifiquem o género “Análise”», mas também pelos versaletes no título» (ibidem). Também a reportagem, tendo uma linguagem e um tom distintos dos empregados numa notícia ao conter mais «pormenores ambientais e humanos» (ibidem:52), se distingue em termos gráficos, com o título «em versaletes» e uma «entrada mais extensa» (ibidem). Nuno Pacheco frisa que a separação entre facto e opinião tem como objectivo «evitar que o público sinta qualquer estranheza ou confusão quando lê os diferentes textos e possa neles reconhecer sentido». Pinto reitera que esta «diferenciação clara entre os diferentes géneros jornalísticos é muito importante na relação do jornal com os seus leitores». Conforme diz Nuno Pacheco, as colunas de opinião do *Público* correspondem ao *Espaço Público*, que normalmente tem quatro páginas:

No *Espaço Público*, escrevem intelectuais, académicos e figuras destacadas, nacionais e internacionais, de diferentes áreas da sociedade (colaboradores e convidados) e também alguns jornalistas nossos, sendo que, no caso da política, procuramos abarcar os diferentes quadrantes. Temos gente dos partidos mas também outros *opinion makers*

políticos, não pertencentes a qualquer partido, que escrevem artigos interessantes, menos previsíveis.

Para Ricardo Jorge Pinto, a preocupação do *Público* em recrutar *opinion makers* com elevados graus académicos deve-se à necessidade de o jornal se ajustar às características do seu público-alvo, também ele instruído. A opinião, no *Público*, estende-se ao P2, à *Pública* e aos suplementos.

Segundo Nuno Pacheco, o *Público* procura, sempre que possível, antever as implicações futuras de acontecimentos actuais (científicos, tecnológicos, políticos, económicos), quer em termos de opinião, quer através de trabalhos jornalísticos alargados, na linha do que marca a imprensa considerada de referência:

De vez em quando, pedimos a determinados especialistas para se manifestarem sobre o que podemos esperar para os próximos tempos, sobre o que será mais importante para os cidadãos numa época que está para chegar. É uma questão de analisar tendências. Por exemplo, na viragem do milénio, fizemos, na revista, um trabalho alargado para antevisão do que poderia ser a próxima década nos diferentes domínios temáticos. Temos também o hábito de no final de cada ano fazer uma projecção do próximo em diferentes sectores da vida pública. Nós temos, de facto, a preocupação de olhar para a frente, de tentar saber o que vai marcar os tempos futuros.

Os valores-notícia afiguram-se fundamentais para determinar a propensão informativa da imprensa e para a classificar. O quarto ponto do Estatuto Editorial do *Público* indica que o jornal se rege por uma «*informação diversificada, abrangendo os mais variados campos de actividade e correspondendo às motivações e interesses de um público plural*», sendo que o oitavo pressuposto deste código profissional vincula o *Público* ao «*debate das grandes questões que se colocam à sociedade portuguesa na perspectiva da construção do espaço europeu e de um novo quadro internacional de relações*» (apud Livro de Estilo do Público 2005:21-22). Neste contexto, Nuno Pacheco afirma que o *Público* noticia os assuntos de interesse público, aqueles que «*são importantes para o funcionamento da comunidade*», de modo a enquadrar os cidadãos nas realidades nacionais e internacionais. Segundo Pacheco, o jornal recusa o *fait divers* pelo *fait divers*:

Quando o *fait divers* nos remete para um fenómeno social mais alargado e nos permite fazer uma abordagem mais colectiva, mais abrangente, então nós damos-lhe atenção. Se assim não for, ele fica de fora. A coisa mais próxima que temos do *fait divers* é a página *Pessoas* do P2, em que colocamos temas mais alternativos e no qual as questões mais

personais acabam por ter cabimento. Mesmo assim, este tipo de assuntos no *P2* é explorado de forma comedida.

No entanto, Ricardo Jorge Pinto, embora admita que o *Público* se ocupa de matérias com dimensão colectiva, exteriores à vida privada das pessoas, não deixa de salientar que o jornal se revela, em certas ocasiões, «*pouco realista*» nas suas escolhas temáticas. De acordo com Pinto, o *Público*, à semelhança de outros jornais identificados com a referência jornalística, opta nalguns momentos por dar ênfase a assuntos que despertam sobretudo o interesse de dadas parcelas da sociedade, de determinadas elites situadas em volta de algumas especialidades sociais. Pinto diz que a abordagem de muitas questões internacionais, designadamente, «*está, na verdade, longe daquilo que é o interesse real de muitas pessoas*». O investigador e jornalista considera, a propósito, que os jornais populares, mesmo que falhando no tratamento noticioso, vão muitas vezes ao encontro das expectativas, interesses e anseios de largas camadas da população. Esta é, no fundo, uma situação que se explica pelos diferentes posicionamentos dos dois tipos de jornais, que, visando diferentes públicos, têm diferentes políticas editoriais.

Os temas que o *Público* aborda preferencialmente, conforme refere Nuno Pacheco, são a *Política*, a *Economia*, o *Mundo* (de forma intensa, já que os leitores do jornal também se interessam pelo universo), a *Cultura* (em grande medida), a *Educação* e a *Ciência*. Trata-se, como se viu, das áreas temáticas privilegiadas pela imprensa de referência, como também entende Ricardo Jorge Pinto. Durante um período, diz Pacheco, a *Ciência*, a *Educação* e a *Cultura* tiveram secções autónomas. Quando foi feita a arrumação actual do jornal, os assuntos nacionais sobre ciência, educação e cultura passaram a ser publicados na secção *Portugal*, enquanto as matérias igualmente sobre estes temas mas de carácter internacional passaram a aparecer na secção *Mundo*. Segundo o director-adjunto do *Público*, já não estamos diante de uma divisão temática, como aconteceu em tempos, mas de uma divisão territorial. Quando há um grande acontecimento do tipo *hard news* sobre qualquer destes temas, ele até pode vir na manchete e ser desenvolvido no interior do caderno principal; mas quando há um acontecimento que não tenha tanta premência informativa, ele é direccionado para o *P2* ou para a *Pública* e é abordado numa perspectiva mais profunda. A propósito da ciência, em particular, Pacheco diz que muitos jornais continuam apenas preocupados com «*as coisas esotéricas, meio estranhas, que chamam a atenção dos leitores pelo seu carácter*

incomum». No que concerne ao *Público*, diz o director-geral do jornal, há uma «*abordagem regular do tema*» nos espaços existentes para o efeito. Por seu turno, os assuntos ligados às artes são tratados no suplemento *Ípsilon*, em que há espaços específicos para a literatura, filosofia, música, cinema, teatro, exposições. A literatura já teve um suplemento próprio (o *Leituras*, que passou depois a chamar-se *Mil Folhas*), mas entretanto os temas deste domínio foram absorvidos pelo *Ípsilon*. A religião é outro tema que o jornal não deixa de abordar, ora no *P1*, quando se trata de um assunto de urgência informativa (cobertura da visita oficial do Papa a Portugal), ora no *P2* ou na *Pública*, quando está em causa uma abordagem mais alternativa (grande retrato do papa, relação da Igreja Católica com outras religiões). O desporto é mais um tema que merece destaque no *Público*. Nos primeiros anos do jornal, havia um suplemento dedicado em exclusivo ao desporto (Jogos), que, como outros suplementos, foi extinto porque deixou de ser viável financeiramente. Actualmente, o desporto corresponde a uma secção autónoma do jornal. Nuno Pacheco salienta que esta área temática não é exclusiva dos jornais populares e que pode ser abordada de maneira séria, destacando que um jornal de referência, como o britânico *The Guardian*, atribui um grande espaço ao desporto, cultivando uma longa tradição desportiva. Pacheco recorda, neste sentido, que o *Público* já fez várias manchetes com assuntos desportivos. O director-adjunto do *Público* vinca que a componente opinativa, tão presente no jornal, também é explorada na secção *Desporto*, em que regularmente se vêem textos de opinião contíguos aos textos eminentemente factuais. Pacheco ressalta ainda que, embora o futebol domine a secção desportiva do *Público*, há a clara preocupação, por parte do jornal, de dar visibilidade a outras modalidades desportivas. Ricardo Jorge Pinto concorda com esta ideia: apesar de também apontar o futebol como o desporto predominante no jornal, Pinto afirma que, ao contrário dos jornais populares, em que praticamente só há futebol, o *Público* divulga amiúde notícias sobre desportos como o ténis, o andebol, o alpinismo, o ciclismo, o xadrez, algumas das quais muito dificilmente poderiam aparecer noutros jornais.

A secção *Mundo*, como já se percebeu, assume considerável importância no *Público*, o que nos faz associar ao jornal o cosmopolitismo que define a imprensa de referência. Com efeito, Nuno Pacheco explica que a atenção atribuída aos assuntos internacionais sempre foi uma marca distintiva do *Público*:

Quando aparecemos, quisemos marcar uma ruptura face aos outros jornais, que se mostravam muito provincianos e estavam muito virados para a actualidade portuguesa;

só apresentavam conteúdos internacionais quando eles eram extremamente importantes. A nossa vocação para a actualidade do mundo é um dos nossos principais aspectos porque achamos que olhar só para o país não chega e além disso o nosso público está interessado no que se passa lá fora. Um exemplo recente: em Portugal fomos os únicos a fazer manchete com as questões saídas da Cimeira do G20. É algo que costumamos fazer; regularmente, puxamos para a primeira página temas internacionais. Estamos atentos também às notícias sobre aqueles países mais remotos, a que poucos dão atenção. Acho que temos essa obrigação.

Nuno Pacheco acrescenta que, sempre que se justifica, o jornal tenta ligar alguns acontecimentos nacionais a realidades equivalentes no estrangeiro, para detectar as semelhanças e diferenças entre Portugal e outros países em alguns aspectos:

Por exemplo, no caso da educação, é anunciado em Portugal um pacote de medidas. Nós temos a iniciativa de dar conhecer aos nossos leitores o modo de funcionamento e as regras dos outros sistemas de ensino lá fora, sobretudo no universo europeu. Outro exemplo, os salários. Em Portugal as notícias mostram que, na generalidade, os portugueses ganham pouco. Ora, mais do que uma vez, já fizemos trabalhos para conhecer a média salarial de países como Espanha, França ou Inglaterra de modo que as pessoas percebam as diferenças. Também é importante perceber o custo de vida noutros países e compará-lo com a realidade portuguesa. Outro caso: há profissões que em Portugal têm um dado salário. Vamos tentar saber como são remuneradas noutros países para que as pessoas tenham uma noção mais clara da situação e tirem as suas conclusões. O mesmo acontece em relação aos preços dos mesmos produtos em Portugal e no estrangeiro, etc.

No entendimento de Ricardo Jorge Pinto, esta comparação entre as realidades nacionais e internacionais é frequente no *Público* e em outros jornais de referência, porque este tipo de imprensa quer aprofundar os assuntos, algo que não interessa muito aos jornais populares, cujo público prefere temas mais ligeiros.

O perfil dos leitores é, portanto, um factor de grande relevo para entender a orientação de um jornal. Nuno Pacheco descreve os leitores do *Público* como leitores escolarizados e formadores de opinião, que gostam de estar sempre informados sobre que acontece a nível nacional e internacional e de reflectir acerca dos diferentes acontecimentos. São leitores que querem saber sempre mais, como os leitores de qualquer jornal de referência. Nesta medida, o director-adjunto do *Público* admite que a missão do jornal é «*continuar a formar um público instruído, com consciência cívica e capacidade de decisão*». A este nível, uma estratégia do *Público* consiste nos blogs a si

associados, que se encontram referenciados no topo das páginas e que, segundo Nuno Pacheco, pretendem levar os leitores até discussões de ideias mantidas fora do âmbito do jornal.

São blogs sobre os mais variados temas e de pessoas ligadas ao jornal – ou de elementos do quadro ou de colaboradores. Todos os blogs têm uma hiperligação disponível no nosso site. No fundo, correspondem a um prolongamento do jornal: em muitos casos dá-se continuidade nos blogs a trabalhos que foram desenvolvidos no próprio jornal. Como nas páginas do jornal não podemos mostrar nem falar de tudo, remetemos os leitores para a blogosfera, que é um espaço onde se publicam e discutem conteúdos interessantes e enriquecedores.

Ricardo Jorge Pinto considera estes blogs «*extensões do debate público numa era digital*», em que a «*partilha de ideias ultrapassa as fronteiras do jornal e chega à internet*». Para Pinto, esta é uma forma de o *Público* continuar a servir os seus leitores enquanto jornal de referência.

Um predicado marcante da imprensa de referência é, como comprovámos, a sua capacidade de agendamento informativo e de influência no seio das diferentes elites. Nuno Pacheco não tem dúvidas de que o *Público* produz grande impacto junto dos grupos de decisão do país, não apenas a classe política mas todos os outros agentes que desempenham funções de destaque na sociedade. Ricardo Jorge Pinto também pensa deste modo e salienta a capacidade de penetração do *Público* nos sectores de elite, de poder, ressaltando, contudo, que junto da maioria da população são os jornais populares quem exerce maior influência, já que eles «*têm mais do triplo de leitores do que os jornais de referência*». Para Ricardo Jorge Pinto, o poder de agendamento informativo do *Público* e dos jornais de referência na generalidade verifica-se sobretudo através das televisões, que «*vão buscar muito mais facilmente aquilo que dizem os jornais de referência do que aquilo que dizem os jornais populares, em função da capacidade de investigação dos jornais de referência*». Pinto assevera que, assim, a imprensa de referência equilibra a relação de influência com os jornais populares, os quais têm uma ampla receptividade junto das massas. De acordo com Nuno Pacheco, um mecanismo do *Público* para agendar os temas que estarão na berlinda é a secção *Destaque* – nas primeiras páginas do jornal, redigem-se alguns textos subordinados a um tema de actualidade que se quer pôr em evidência. Os assuntos presentes nesta secção tanto podem ser, por si, acontecimentos de grande dimensão e notoriedade, como podem ser

exclusivos que o jornal introduz no debate público do dia. Pacheco nota que, desta forma, o jornal procura estabelecer os assuntos que poderão centrar a atenção da sociedade numa jornada noticiosa.

No que respeita às fontes, Nuno Pacheco diz que o *Público* opta normalmente por ouvir as fontes oficiais, que são representativas das diversas áreas de opinião na sociedade:

Uma vez que há sempre diferentes fontes, diferentes versões a propósito de um tema, o essencial é captar os depoimentos das fontes verdadeiramente representativas, aquelas que, de facto, trazem as opiniões dominantes em cada sector social e têm um conhecimento profundo dos casos e das situações. Por vezes, também consultamos fontes não institucionais, mas especializadas numa determinada área para recolhermos, por exemplo, indicadores práticos acerca do custo de vida e de outras matérias mais específicas, o que funciona. Para perceber o que realmente sucede em determinada circunstância, o que fazemos é ir directamente aos representantes das instituições e organizações. É muito diferente ouvir um cidadão na rua, que se representa apenas a si próprio, e ouvir alguém que pertence a uma associação ou entidade colectiva, que representa um número maior de pessoas. Isto não é dar voz a uns e deixar outros de lado; damos às fontes a importância que elas têm. Imaginemos que um padre de uma paróquia critica o governo por causa de um assunto local. Nós não podemos fazer uma manchete a dizer que a Igreja está contra o governo, porque isso não seria relatar a verdade, ou seja, não traduziria a posição da Igreja. Seria um contra-senso, um disparate.

Porém, Ricardo Jorge Pinto salienta que os jornais de referência têm progressivamente perdido o apego às fontes oficiais, em virtude do seu maior grau de especialização, possuindo uma capacidade de angariação de fontes muito mais diversificada do que os jornais populares, mais superficiais em termos noticiosos. Pinto adianta que é isto que acontece com o *Público*:

Num jornal de referência, como o *Público*, o jornalista de política recebe um press release que o gabinete do primeiro-ministro lhe enviou mas vai falar logo com uma fonte do gabinete da Presidência que ele conhece e que lhe vai dar uma outra perspectiva. Eu, enquanto jornalista político de um jornal de referência, tenho acesso a um leque de fontes mais alargado do que o jornalista que escreva política no *Correio da Manhã*, que recorre, por isso, mais facilmente às fontes oficiais.

Ricardo Jorge Pinto observa ainda que os jornais de referência, mesmo não ouvindo muitas pessoas anónimas, utilizam um número maior de fontes do que os jornais populares.

Relativamente à linguagem, Nuno Pacheco diz que no *Público* se vêem expressões e termos mais técnicos do que nos jornais populares. Para o director-adjunto do jornal, isso é muitas vezes inevitável por força da complexidade dos assuntos tratados, sobretudo em áreas como a justiça e a economia. De qualquer forma, Pacheco realça que na área da economia, por exemplo, há certos termos demasiado técnicos (*golden share, ratings*) que convém explicar, para que as pessoas menos familiarizadas com eles possam ler os textos. Segundo Pacheco, muitos desses termos parecem imperceptíveis à primeira vista, mas, na realidade, são fáceis de compreender, pelo que importa descodificá-los. Ricardo Jorge Pinto entende igualmente que a linguagem do *Público* é mais institucional do que a dos jornais populares. Para Pinto, há, no jornal, uma maior sofisticação linguística e um maior número de termos técnicos, que têm a ver com a complexidade e aprofundamento das matérias e com as características dos jornalistas da imprensa de referência, os quais, sendo mais especializados, tendem a utilizar uma terminologia específica:

Na secção de Economia do jornal Público, por exemplo, encontramos jornalistas que, pela sua formação e especialização na área, têm uma linguagem muito mais técnica do que a existente num jornal popular, que, procurando audiências com maiores dificuldades para entender estas matérias, precisa de uma linguagem muito mais simplista.

Outra característica formal bem típica do *Público* diz respeito aos títulos mais longos. No jornal, os títulos «*são sempre descritivos e não há lugar a antetítulos*», para que o leitor se aperceba «*imediatamente do essencial da notícia, mesmo numa leitura rápida*». Segundo Pacheco, este género de títulos, muito usado no diário italiano de referência *La Repubblica*, acaba por sumariar as ideias centrais das notícias, fazendo exactamente com que os leitores fiquem desde logo com uma percepção mais clara do que a notícia relata, até porque muitos deles só lêem os títulos. É, por isso, que, para o jornal, «*títulos crípticos*», demasiado encurtados «*são meio caminho andado para nem sequer se começar a ler a notícia*» (*apud* Livro de Estilo do Público:60). Ricardo Jorge Pinto reforça esta perspectiva, afirmando que esses títulos mais extensos se tornam explicativos, possibilitando aos leitores uma pronta assimilação do essencial da notícia.

Do ponto de vista gráfico-visual, Nuno Pacheco diz que o *Público* se caracteriza transversalmente por uma «*grande sobriedade*», como se exige a qualquer jornal de referência. O director-adjunto do *Público* destaca as capas do jornal, dominadas por margens em branco entre os diferentes conteúdos, através das quais se transmite ao leitor «*tranquilidade, limpidez, rigor e ordem*» e se «*facilita a assimilação da informação pelos leitores*». Estes espaços em branco, segundo Pacheco, servem também para dar realce aos textos e às imagens em si. É também na lógica de «*valorização prioritária dos conteúdos*», nota Pacheco, que as cores predominantes do jornal são o preto e o branco. Pacheco vinca, contudo, que o jornal gosta de aplicar outras cores, de forma comedida, para que o seu aspecto não se torne muito insípido e traduza o equilíbrio perseguido pelo *Público* entre o rigor e a criatividade. Nuno Pacheco diz que o jornal, ao contrário da imprensa mais popular em que predominam as letras garrafais e muito carregadas, não gosta de apresentar os títulos em letras maiúsculas porque tem um estilo incompatível com grandes aparatos. Nas capas, por norma, sublinha Pacheco, há apenas uma fotografia, que representa a imagem do dia informativo, evitando-se a colocação de outros elementos imagéticos para não tornar a capa demasiado confusa, como acontece em outros jornais, nos quais se amontoam textos e imagens, o que pode infundir «*alguma hostilidade*». Nuno Pacheco sublinha ainda que o tipo de letra usado só existe no jornal e foi feito propositadamente para o *Público*, tendo precisamente o nome do jornal e sendo usado em todas as secções, em todos os suplementos e na revista, de forma a «*distinguir o jornal*». Outro aspecto destacado por Pacheco tem a ver com o novo logótipo – antes, na cabeça da capa, aparecia o nome do jornal por extenso, mas actualmente surge um *P* revestido a vermelho, que, para Pacheco, «*é mais visível e atractivo*», permitindo que apenas uma letra sirva para que as pessoas possam «*identificar o jornal e todas as características a ele associadas*». No fundo, Pacheco define o estilo do *Público* como «*arrumado e organizado*», sintetizando a linha gráfica do jornal com as palavras de Mark Porter, o autor do grafismo do *The Guardian* e também do actual grafismo do *Público*:

Quando toda a imprensa grita demais, convém falar baixo!

Sobre esta questão, Ricardo Jorge Pinto diz que o *Público*, ao contrário dos jornais populares, não tem tanta necessidade de criar impacto, revelando, por isso, um estilo gráfico «*equilibrado*» e com «*uma vocação reflexiva*».

5.5. Em síntese

Na sequência do que explicitámos, podemos afirmar que o *Público* apresenta determinadas características que o inscrevem no quadro definidor dos jornais de referência. Desde os valores que preconiza (isenção, responsabilidade), o modo contextualizado de produção noticiosa, a acutilância interpretativa e opinativa, as temáticas basilares (Política, Economia, Mundo, Ciência, Cultura, Educação), o carácter cosmopolita, os leitores cultivados que serve, o poder de estabelecimento das agendas informativas, até ao seu estilo tecnicamente sofisticado e formalmente sóbrio, o *Público* revela uma orientação globalmente consentânea com os padrões que marcam a referência jornalística. Contudo, da análise efectuada resultou também a ideia de que o jornal, por vezes, se direcciona em demasia para abordagens complexas de assuntos que, mesmo tendo um carácter público, geram sobretudo o interesse de algumas elites especializadas. Este pode configurar um aspecto desfavorável da imprensa de referência, ainda que, por outro lado, ele seja entendível se considerarmos que este tipo de imprensa visa um público escolarizado e construtor de opinião, o qual quer aumentar os seus conhecimentos e reflectir sobre os acontecimentos, exigindo um aprofundamento dos factos noticiosos.

A vocação racional e intelectual dos jornais de referência decorre, como se demonstrou, do modelo ocidental de jornalismo, historicamente construído com base nas concepções liberais e iluministas, as quais são legitimadas pela responsabilidade social, que, por sua vez, se alicerça na ética. A imprensa de referência absorveu, assim, os valores jornalísticos tradicionais e vinculou-se ao interesse público, comprometendo-se eticamente com a divulgação das informações socialmente importantes aos indivíduos, para que eles possam exercer os seus direitos de cidadania.

No domínio dos média, verificámos que esta imprensa de referência convive com a imprensa popular, embora elas se encontrem em pólos opostos. Se a imprensa de referência, dirigindo-se a leitores que querem compreender o mundo, privilegia os interesses gerais e a informação, a imprensa popular, destinando-se a camadas mais amplas da população (povo), valoriza o entretenimento, a prestação de serviços, o espectáculo e o sentimento, individualizando os factos por meio de abordagens noticiosas subjectivas e pessoais (Amaral 2006). No contexto da relação entre estes dois segmentos jornalísticos, levanta-se amiúde a questão da qualidade informativa: não foi

nossa intenção escarpelizar este t3pico, at3 porque, como se real3ou, o jornalismo, enquanto produ33o intelectual, n3o 3 avali3vel do mesmo modo que um produto material. Quisemos apenas deixar claro que a qualidade jornal3stica implica, antes de mais, o respeito pela 3tica. Conforme argumenta Chaparro (2001:103), «[...] *subordinar a qualidade dos processos aos motivos 3ticos do interesse p3blico dignifica o jornalismo e eleva a profiss3o [...]*», da3 a liga33o recorrentemente feita do jornalismo de refer3ncia 3 qualidade jornal3stica. N3o significa isto que o jornalismo popular esteja afastado da possibilidade de ter qualidade. Segundo Amaral (2006:134), para que a imprensa popular possa atingir patamares qualitativos, «*os princ3pios do jornalismo 3tico e socialmente respons3vel devem ser o limite*».

N3o obstante estes necess3rios apontamentos sobre a qualidade informativa, interessava-nos primordialmente, no 3mbito deste trabalho, elencar as caracter3sticas da imprensa de refer3ncia, a qual, nas palavras de Merrill (1968:11), encerra uma «*institui33o*» dirigida a uma audi3ncia mais instruída e com mais interesse nos assuntos p3blicos do que a dos jornais populares. Os jornais de refer3ncia distinguem-se por aspectos claros: interesse p3blico; independ3ncia; racionalidade e seriedade, tendo em vista a forma33o de um p3blico habilitado e respons3vel; preocupa33o social e consci3ncia do mundo; integridade; capacidade e desejo de influ3ncia junto dos l3deres de opini3o; tratamento anal3tico dos factos; grande intensidade argumentativa e opinativa; prefer3ncia por temas como a pol3tica, as rela33es internacionais, a economia, a ci3ncia, a educa33o e a cultura; cosmopolitismo; falta de sensacionalismo; papel vigilante face aos poderes; sobriedade gr3fica. Merrill (1968) diz que os jornais de refer3ncia procuram incondicionalmente a verdade e tentam consciencializar os cidad3os. S3o os jornais que constituem ou pelo menos representam «*uma comunidade mundial de raz3o*» (*idem, ibidem*:17). Praticar jornalismo de refer3ncia 3, afinal, respeitar os fundamentos institucionais da actividade jornal3stica e fazer da liberdade uma responsabilidade.

6. Conclusão

Como realçámos, o estágio realizado no *Público* revelou-se importante no nosso percurso profissional e pessoal. Na sequência desta experiência, ficámos a conhecer com profundidade a lógica de trabalho e de funcionamento da imprensa, uma realidade de que não estávamos muito próximos e que passámos a encarar como familiar. No que toca à vertente pessoal, tivemos a possibilidade de enriquecer a nossa esfera de contactos, graças às interacções que estabelecemos com variadíssimas pessoas no âmbito das notícias que elaborámos.

Na verdade, tanto adquirimos competências que certamente nos vão trazer utilidade em breve, como reforçámos alguns saberes. Desde a construção das notícias, passando pelo apuramento das informações nas operações de reportagem, até à relação profissional com as fontes, todas as instruções que apreendemos e todos os conhecimentos que aperfeiçoámos concorreram para o nosso crescimento ao nível da redacção noticiosa na imprensa. Depois de uma primeira experiência profissional num órgão de comunicação social televisivo, pudemos agora estreitar a nossa ligação ao domínio dos jornais e cremos que, deste modo, consolidámos as nossas capacidades jornalísticas. Também do ponto de vista pessoal fazemos, como se disse, uma avaliação positiva deste estágio, tendo em conta a convivência com os jornalistas na redacção e os conhecimentos junto de diferentes personalidades de várias áreas sociais, o que poderá ser útil num futuro profissional.

Mas este estágio possibilitou-nos igualmente a reflexão em redor de um tema de grande relevância nos estudos jornalísticos, o qual, todavia, não tem sido alvo de muita atenção por parte das pesquisas académicas. Foi nossa intenção explorar o jornalismo de referência com profundidade e suscitar a discussão sobre ele, porquanto importante é o papel jornalístico para qualquer sociedade democrática.

Esperamos, assim, ter contribuído para aprofundar o conhecimento sobre este assunto e para acrescentar valor ao debate sobre o mesmo.

7. Referências Bibliográficas

ALBARRAN, Alan B. (2007). *Perspectivas Nacionais e Internacionais da Ética nos Media*. in Faustino, Paulo, org.. *Ética e Responsabilidade Social dos Media*. Lisboa: Formal Press. pp. 25-34;

AMARAL, Márcia Franz (2004). *Lugares de fala do leitor no Diário Gaúcho*. Internet. Disponível em <http://hdl.handle.net/10183/6253>;

AMARAL, Márcia Franz (2006). *Jornalismo Popular*. São Paulo: Editora Contexto;

BENEDETI, Carina Andrade (2006). *A Qualidade da Informação Jornalística*. Internet. Disponível em http://repositorio.bce.unb.br/bitstream/10482/3689/1/2006_Carina%20Andrade%20Benediti.pdf;

BIRD, Elizabeth (2009). *Tabloid Newspapers*. Encyclopedia of Journalism. Sage Publications;

BIRESSI, Anita; NUNN, Heather, ed. (2008). *The Tabloid Culture Reader*. Berkshire: Open University Press;

BOGART, Leo (2004). *Reflections on Content Quality in Newspapers*. Newspaper Research Journal, Vol. 25, No.1, Winter. Internet. Disponível em <http://www.poynter.org/resource/63500/bogart.pdf>;

CARLSON, Matt (2009). *Broadsheet Newspapers*. Encyclopedia of Journalism. Sage Publications;

CHAPARRO, Manuel Carlos (2001). *Linguagem dos Conflitos*. Coimbra: MinervaCoimbra;

COLOMBO, Furio (1995). *Conhecer o Jornalismo Hoje. Como se faz a informação*. Lisboa: Editorial Presença;

CONBOY, Martin (2008). *The popular press: surviving postmodernity*. in Biressi, Anita; Nunn, Heather, ed., *The Tabloid Culture Reader*. Berkshire: Open University Press. pp. 45-52;

CORREIA, Fernando (1997). *Os Jornalistas e as Notícias*. 2ª Ed. Lisboa: Editorial Caminho, SA;

CORREIA, João Carlos (2009). *Elementos para uma abordagem sociofenomenológica da teoria da notícia*. 6º Congresso SOPCOM, 14 a 18 Abril, Universidade Lusófona, Lisboa;

FAUSTINO, Paulo, org. (2007). *Ética e Responsabilidade Social dos Media*. Lisboa: Media XXI/Formalpress;

FIDALGO, Joaquim (2006). *O Lugar da Ética e da Auto-Regulação na Identidade Profissional dos Jornalistas*. Internet. Disponível em http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6011/3/JFIDALGO_2006_Tese_Do_utoramento.pdf;

FRANÇA, Vera (1998). *Jornalismo e vida social: a história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: Ed. UFMG;

FRANKLIN, Bob (2008). *Newszak: entertainment versus news and information*. in Biressi, Anita; Nunn, Heather, ed., *The Tabloid Culture Reader*. Berkshire: Open University Press. pp. 13-22;

GANS, Herbert J. (2004). *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Medial School of Journalism. Visions of the American Press. Illinois: Northwetern University Press;

GUEDES, Maria da Consolação Resende (2009). *Jornalismo popular-massivo: Quem é o leitor da Super Notícia*. Internet. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2738-1.pdf>;

GRIPSRUD, Jostein (2008). *Tabloidization, popular journalism and democracy*. in Biressi, Anita; Nunn, Heather, ed., *The Tabloid Culture Reader*. Berkshire: Open University Press. pp. 34-44;

JÚNIOR, Enio Moraes (2008). *Cidadania e Jornalismo para o Século XXI: Contribuições para uma reflexão sobre a responsabilidade social da imprensa*. I Jornada Académica PPGCOM, Universidade São Paulo;

KAYSER, Jacques (1953). *One Week's News. Comparative Study of 17 Major Dailies For a Seven-Day Period*. UNESCO;

KEEBLE, Richard (2009). *Ethics for Journalists*. Nova Iorque: Routledge;

MARQUES DE MELO, José (2004). *Jornalismo de Referência no Brasil*. in Sousa, Jorge Pedro [org.] *Jornalismo de Referência*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa. pp. 13-34;

MARTIN-BARBERO, Jesús (2009). *Dos Meios às Mediações. Comunicação, cultura e hegemonia*. 6ª Edição. Rio De Janeiro: Editora UFRJ;

MATOS E LEMOS, Mário (2006). *Jornais Diários Portugueses do Século XX. Um Dicionário*. Coimbra: Ariadne Editora;

MEDITSCH, Eduardo (2004). *Palavras, jornalismo, mídia, poder e cidadania: uma reflexão em meio à crise de referências da nova ordem internacional*. in Sousa, Jorge Pedro [org.] *Jornalismo de Referência*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa. pp. 61-69;

MERRILL, John C. (1968). *The Elite Press. Great Newspapers of the World*. Londres: Pitman Publishing Corporation;

MERRILL, John C. (1969). *'Quality' Daily Journalism: an Analytical Discussion*. International Communication Gazette. Sage Publications;

MERRILL, John C. (1971). *Who Can – Or Should – Evaluate the Press?*. International Communication Gazette. Sage Publications;

MERRILL, John C. (1997). *Journalism Ethics. Philosophical Foundations for News Media*. Nova Iorque: St. Martin's Press, Inc.

NEGREIROS, Joaquim Trigo de (2004). *Fantasmas ao Espelho. Modos de auto-representação dos Jornalistas*. Coimbra: MinervaCoimbra;

NEMO, Philippe (2005). *O que é o Ocidente?*. Lisboa: Edições 70;

PEREIRA, Fábio Henrique. *Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão*. Internet. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf>;

- PERUZZO, Cicilia Krohling (2002). *Ética, liberdade de imprensa, democracia e cidadania*. Internet. Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/832/615>;
- PINA, Sara (2007). *Jornalismo, Liberdade e Responsabilidade*. in Faustino, Paulo org.. *Ética e Responsabilidade Social dos Media*. Lisboa: Formal Press. pp. 44-54;
- SERRANO, Estrela (1999). *Jornalismo e elites do poder*. Internet. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/serrano-estrela-jornalismo-elites-poder.pdf>;
- SOUSA, Jorge Pedro (2005). *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas;
- SOUSA, Jorge Pedro (2007). *Ética Jornalística como sinónimo de Jornalismo de Qualidade*. in Faustino, Paulo, org.. *Ética e Responsabilidade Social dos Media*. Lisboa: Formal Press. pp 77-99;
- SOUSA, Jorge Pedro (2008). *Uma história breve do jornalismo no Ocidente*. Internet. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>;
- SPROVIERO, Mário B. (1998). *Oriente e Ocidente: Demarcação*. Internet. Disponível em <http://www.hottopos.com/mirand4/orientee.htm>;
- TAVARES, Frederico de Mello Brandão (2007). *Percursos entre o Jornalismo e o Jornalismo Especializado*. Internet. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0648-1.pdf>;
- TRAQUINA, Nélson (2002). *O que é o Jornalismo?*. Lisboa:Quimera;
- TUCHMAN, Gaye (1972). *Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity*. in Tumber, Howard. *News A Reader*. pp. 297-307;
- TUCHMAN, Gaye (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. Nova Iorque: The Free Press;
- VIEIRA, Joaquim (2007). *Jornalismo Contemporâneo. Os Media entre a Era Gutenberg e o Paradigma Digital*. Lisboa:Edeline.

Outras Fontes

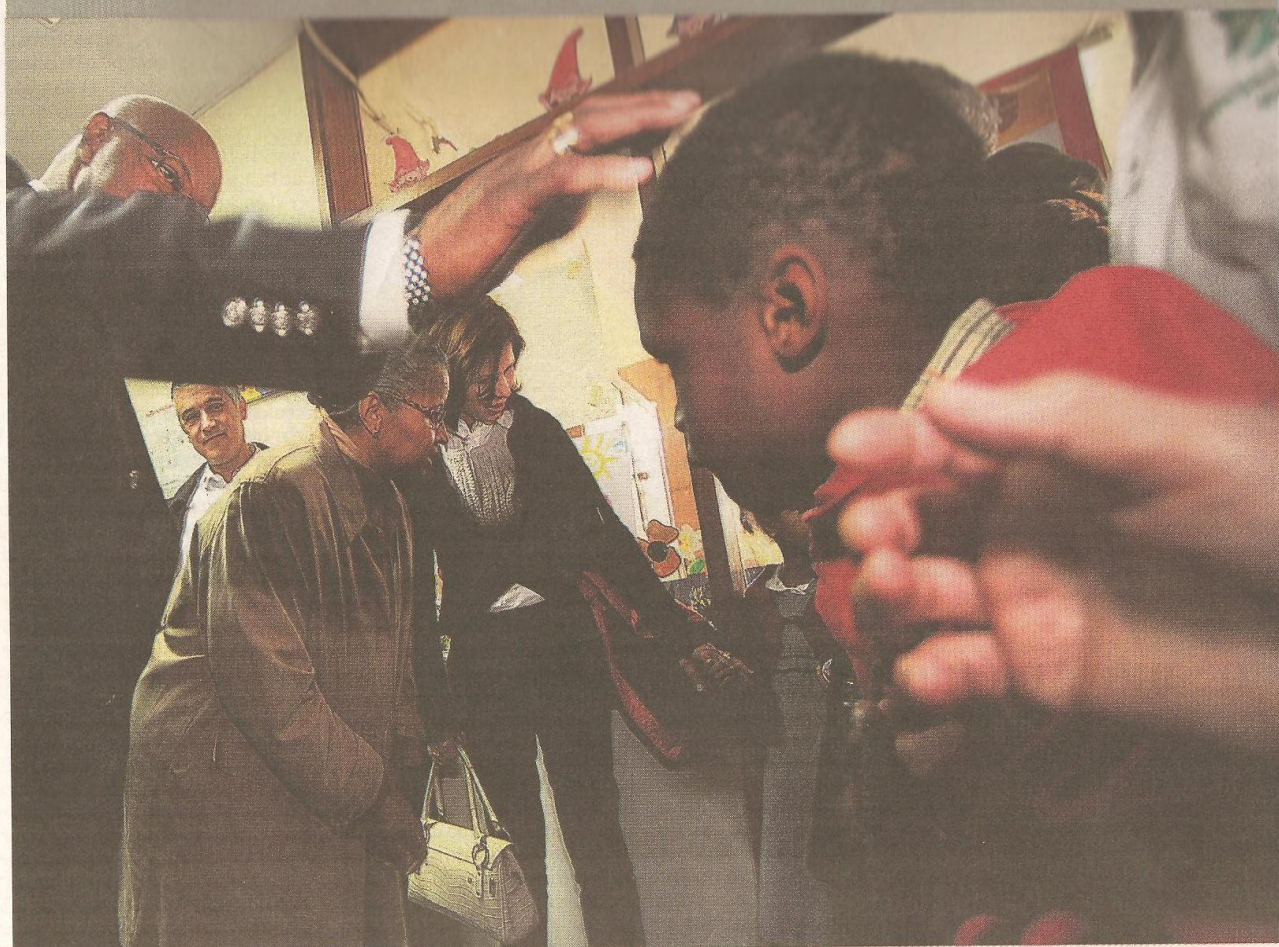
Livro de Estilo do Público (2005). 2ª Edição;

MERRILL, John C. (2000). *The global elite*. Global Journalist.

Anexos

Anexo 1

Porto Alagio regressou ao S. João para receber uma pista de carros



● Alagio Issa Vaio regressou ao Hospital de S. João e desta vez não teve medo. Já recuperado de uma operação, o menino guineense, de seis anos, foi visitado ontem pelo primeiro-ministro da Guiné-Bissau, Carlos Gomes Júnior, de quem recebeu afecto e uma pista de carros. Tal como Alagio, outras nove

crianças foram internadas em 2009 na Pediatria do S. João e submetidas a intervenções cirúrgicas para tratamento de cardiopatias resultantes da febre reumática. A visita de Carlos Gomes Júnior serviu para estabelecer um protocolo de cooperação entre o S. João e a Guiné, para facilitar o acesso

dos guineenses aos tratamentos médicos. O protocolo prevê a formação dos profissionais de saúde daquele país e a melhoria das suas qualificações. António Ferreira, presidente da administração do S. João, diz que a intenção é “gerar autonomia nas várias unidades de saúde pública” em que o

hospital vai colaborar e enviar para Portugal as “crianças e adultos que necessitem de meios mais sofisticados”. À luz do protocolo, chegarão ao hospital, na próxima semana, mais duas crianças. A administração do S. João acredita que o número de crianças recebidas vai mais do que duplicar. Rui Azevedo

S. Bento Rock in Rio abriu “embaixada” para atrair público do Norte



● O fluxo de partida e chegada de passageiros da Estação de S. Bento cruzou-se ontem com a música, as luzes e o entusiasmo da Embaixada do Rock in Rio no Porto. À semelhança de 2008, a organização do evento subiu ao

Norte para promover o festival: a embaixada oferece até 22 de Abril *karaoke*, um jogo em formato *gameshow* e ainda actuações de novas bandas da cidade e de tunas universitárias. Segundo Roberta Medina, vice-presidente

do Rock in Rio, o objectivo é divulgar o festival no Norte, uma vez que a região é responsável por “quase 15 por cento do público geral” que assiste aos concertos. Além da óbvia promoção do cartaz musical do

evento, Roberta Medina explica que esta diplomacia em S. Bento se destina a aproximar o público nortenho deste festival, dando-lhe “facilidades de acesso ao local dos concertos”.
Rui Azevedo

Sócrates apadrinha Terminal de Cruzeiros de Leixões

Rui Azevedo

● Começaram oficialmente, ontem de manhã, as obras de construção do Terminal de Cruzeiros do Porto de Leixões, no concelho de Matosinhos. O projecto, do qual faz ainda parte o Parque de Ciência e Tecnologias do Mar da Universidade do Porto (UP), foi apresentado numa cerimónia em que esteve presente o primeiro-ministro, José Sócrates. Nestas duas empreitadas, co-financiadas pela Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte, serão investidos 49,9 milhões de euros.

O terminal, que estará pronto em Maio de 2011, inclui, entre outras valências, um cais para cruzeiros, onde poderão atracar navios até 300 me-



José Sócrates diz que a modernização dos portos desenvolve o país

tros. Guilherme Pinto, autarca de Matosinhos, considera a obra “decisiva” para “o desenvolvimento da economia local”. O Parque da UP ocupará os dois pisos superiores do edifício do terminal, o qual estará concluído em 2013. Este centro vai acolher grupos de investigação com estudos ligados ao mar, funcionando como pólo de crescimento de novas empresas que tenham benefícios económicos com as inovações criadas na UP. Segundo José Sócrates, “a modernização dos portos, aliada ao aumento do potencial científico” tornará Portugal “um país mais competitivo a nível internacional”. Já o reitor da UP, Marques dos Santos, destacou a importância do projecto na “criação de riqueza e de vários empregos”.

Túnel de Ceuta reaberto depois de obras de reparação

● O túnel de Ceuta, no Porto, reabriu ao trânsito ontem de manhã, após a reparação das grelhas de drenagem das águas fluviais que ficaram soltas na sequência de uma operação de manutenção efectuada no último sábado. Os trabalhos no túnel começaram às 8h e terminaram por volta das 15h, altura em que a circulação rodoviária foi retomada no local.

O director municipal da Via Pública, Pinho da Costa, referiu que o túnel esteve encerrado no sábado, entre as 7h e as 17h, por causa de uma “intervenção programada de manutenção das grelhas” que “correu mal”. Isto obrigou a autarquia portuense a encerrar novamente o túnel, no domingo à noite.

Ao PÚBLICO fonte da Polícia Municipal do Porto disse que “as grelhas do túnel foram mal fixadas e estavam a saltar”, pelo que “havia o risco de cederem e causarem danos em viaturas”. Para evitar problemas, procedeu-se “à colocação de novas grelhas na entrada e saída do túnel”, acrescentou a mesma fonte. **R.A.**

Trabalhador ferido gravemente depois de queda numa obra em Lamego

Rui Azevedo

● Um operário ficou ferido com gravidade, ontem de manhã, após cair de uma altura de dez metros nas obras do pavilhão multiusos de Lamego. O acidente aconteceu por volta das 10h, numa altura em que o homem, de 34 anos, natural do concelho de Lamego, fazia a instalação do sistema de ar condicionado, uma tarefa da responsabilidade de uma empresa de Braga, para a qual trabalhava.

A vítima sofreu um traumatismo cranio-encefálico e outras lesões, designadamente na face e nos dois

punhos, bem como uma fractura exposta no fémur da perna direita. No entanto, de acordo com Manuel Coutinho, responsável da Protecção Civil Municipal de Lamego, o homem estava “consciente” quando foi assistido por uma ambulância de suporte imediato de vida, que o levou para o quartel militar de Lamego.

Daqui, o trabalhador seguiu num helicóptero do Instituto Nacional de Emergência Médica (INEM), accionado pelo Centro de Orientação de Doentes Urgentes, para o Hospital Distrital de Vila Real, onde deu entrada pouco depois das 11h.

Segundo o departamento de Rela-

ções Públicas desta unidade hospitalar, o ferido “encontra-se estabilizado”, apesar de o seu actual estado clínico inspirar “alguns cuidados”. Por isso, o operário ia “continuar em observações no hospital durante um período para já indefinido”.

As causas do acidente estão ainda por apurar. No local da queda deste operário esteve uma equipa da Autoridade para as Condições de Trabalho de Vila Real, constituída por dois elementos, que agora vai levar a cabo um inquérito destinado a apurar se estavam a ser cumpridas todas as regras de segurança no momento em que se deu a o acidente.

Explosão de salamandra em sala de aulas feriu seis alunos e uma professora na Guarda

Rui Azevedo

Aumento de pressão pode ter sido a causa da explosão da salamandra. Os feridos já tiveram alta

● Seis crianças e uma professora ficaram ontem feridas, mas sem gravidade, após o rebentamento da salamandra a lenha que aquecia uma sala de aulas da Escola Primária de Carvalheira, na freguesia de Santana da Azinha, na Guarda. Segundo Paulo Sequeira, dos Bombeiros Voluntários da Guarda, não houve qualquer incêndio após a explosão, que provocou também alguns danos materiais.

Maria Helena Faria, uma educadora de infância que se encontrava numa sala contígua àquela onde explodiu a salamandra de aquecimento, disse à agência Lusa que ouviu “um estrondo enorme” e que chegou a temer o pior cenário. “Eu pensei que estava tudo

morto. Vi uma nuvem de fumo, ouvi gritos e saí a pedir socorro”, revelou a educadora de infância, para quem a sala de aula “estava num caos”. Também Rodrigo, aluno do 3.º ano que saiu incólume do incidente, teve um grande susto. O jovem lembra-se da professora começar a “sentir um grande cheiro”. Pouco depois, enquanto ele e os colegas estavam sentados a trabalhar, a salamandra explodiu, relatou à Lusa o pequeno Rodrigo, que se recorda ainda de ter visto os vidros das janelas a partirem-se.

Aquando do rebentamento, estavam no interior da sala 15 alunos e a professora. Os feridos sofreram ligeiras escoriações (alguns deles ficaram em estado de ansiedade) e foram transportados para o Hospital Distrital da Guarda apenas por prevenção, sendo que já regressaram todos a casa. O apoio às crianças e à professora foi prestado pelos Bombeiros Voluntários da Guarda e do Sabugal, por uma viatura do Instituto Nacional de Emergên-

cia Médica (INEM) e por outra do Serviço Municipal de Protecção Civil da Guarda. No local, estiveram igualmente uma equipa de Serviços Técnicos da Câmara Municipal da Guarda e Virgílio Bento, vice-presidente da autarquia com o pelouro da Educação. Ao nível dos estragos, registaram-se vidros

15

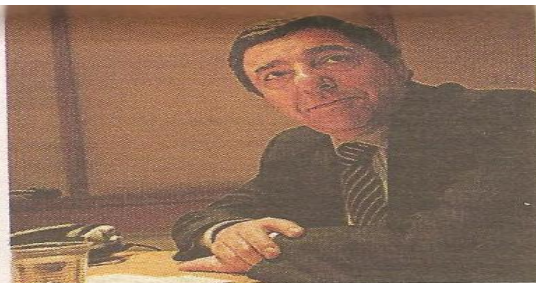
alunos estavam no interior da sala de aulas no momento da explosão da salamandra, cerca das 14h30 de ontem

partidos, portas e tectos danificados.

Ao PÚBLICO, Virgílio Bento afirmou que a explosão da caldeira de aquecimento central a lenha se deveu, em princípio, a “um aumento da pressão”. O responsável da autarquia notou que esta caldeira tinha sido montada em Janeiro e observou que “em 30 anos foi a primeira vez que algo desta natureza aconteceu no con-

celho da Guarda”. Virgílio Bento fez questão de referir que os sistemas de aquecimento deste género, instalados nas zonas rurais, são periodicamente fiscalizados pela câmara e deixou a garantia de que, “a partir deste momento, a autarquia vai pensar em novas formas e tomar medidas para evitar complicações semelhantes no futuro”. Ontem, a salamandra estava a funcionar devido às baixas temperaturas que se faziam sentir. Hoje, comecem as obras de reparação.

Entretanto, as aulas dos alunos deste estabelecimento de ensino do primeiro ciclo vão prosseguir num espaço junto à escola, onde até agora decorriam apenas actividades de tempos livres. De acordo com Virgílio Bento, o material didáctico e o restante equipamento mobiliário necessário ao funcionamento lectivo já foi levado para este espaço. Para apurar as causas desta explosão, a Câmara Municipal da Guarda vai fazer uma perícia técnica às instalações da escola.



Guilherme Pinto

Câmara de Matosinhos em linha com repto de Cavaco Silva

Rui Azevedo

● Guilherme Pinto, presidente da Câmara de Matosinhos, mostrou-se ontem “profundamente satisfeito” pelo recente início das obras do Terminal de Cruzeiros de Leixões e do Parque de Ciência e Tecnologias do Mar da Universidade do Porto. “O terminal será um ponto de irradiação do turismo no Norte e o parque científico da universidade, através da inovação que vem trazer, é fundamental para o desenvolvimento económico de Matosinhos e da região”, salientou na reunião do executivo”. Para o autarca, “são obras de grande valor”.

O discurso de Cavaco Silva do último domingo, no qual destacou a necessidade de Portugal em apostar na economia do mar e nas indústrias criativas, para fazer face às dificuldades actualmente vividas no país, marcou aquela reunião. O entusiasmo de Guilherme Pinto, na sequência daquele discurso, foi partilhado pelo vice-presidente da autarquia, Nuno Oliveira, para quem “Matosinhos está no caminho certo no que toca às indústrias criativas”. A este nível, aquele responsável mencionou três projectos futuros do concelho: o *cluster* de média do grupo Impresa a instalar em Matosinhos Sul, o Pólo II de Serralves e a Casa de Arquitectura. O vereador Nelson Cardoso, do PSD, corroborou, evidenciando os “fortes investimentos” da Petrolgal e da JP Sá Couto no concelho, bem como as “continuadas apostas” de alguns empresários do sector industrial de Matosinhos.

Entre as resoluções aprovadas ontem consta a atribuição do nome de duas figuras do concelho - Irene Vilar, docente, já falecida, e Manuel Dias da Fonseca, escritor, a dois arruamentos da freguesia de Matosinhos. Recorde-se que o PS apresentou, em Março, no Parlamento, uma proposta de lei que proibia a atribuição do nome de pessoas vivas a bens públicos. Guilherme Pinto justificou a decisão camarária com “razões muito afectivas”.

Anexo 8

STCP vence prémio de acessibilidade

● A Sociedade de Transportes Colectivos do Porto (STCP) conquistou anteontem o Prémio Acessibilidade aos Transportes, que o Instituto de Mobilidade e Transportes Terrestres (IMTT) atribuiu pela primeira vez, para distinguir um projecto de combate aos obstáculos encontrados pelas pessoas com necessidades especiais. Fernanda Menezes, presidente da STCP, disse ao PÚBLICO que este prémio vem “reconhecer a aposta da empresa na inclusão social das pessoas incapacitadas”, constituindo “um estímulo para o futuro”. O primeiro lugar, entre as sete candidaturas a concurso, valeu à STCP 25 mil euros. O júri destacou a “visão abrangente e global” da empresa na melhoria do acesso à sua rede de transportes públicos. **Rui Azevedo**

Anexo 9

Time Out Porto chega hoje às bancas

● Depois de Lisboa, é agora a vez de o Porto ter uma edição da *Time Out*. A revista, que será mensal, está hoje à venda. As áreas geográficas abrangidas são o Grande Porto e o Minho, região à qual está destinada a secção *Aqui à beira*. “O que vamos fazer é apresentar sugestões, para mostrar que nas nossas cidades há muito para fazer e locais interessantes a visitar, algo de que a maioria das pessoas nem se apercebe”, revela o director, João Cepeda. Dedicada sobretudo ao lazer e à cultura, a revista pretende “promover actividades desconhecidas e agentes culturais sem voz, pondo as pessoas a aproveitar o melhor das suas cidades”. **Rui Azevedo**

Menos mortos e feridos nos acidentes viários no Grande Porto

Rui Azevedo

● O número de mortos, feridos – quer ligeiros, quer graves – e acidentes rodoviários no Grande Porto registou uma queda substancial desde Janeiro. Dados ontem avançados pela PSP revelam que, nos cinco meses do ano em curso, o número de mortos desceu de oito para três; que houve menos 179 e nove feridos ligeiros e graves, respectivamente; e que a quantidade de acidentes diminuiu de 4618 para 4500.

A estatística mostra que a maioria dos atropelamentos na Área Metropolitana do Porto ocorre nas passadeiras, pelo que o Comando Metropolitano da PSP tem fiscalizado os excessos de velocidade em zonas de travessia de peões e em outros espaços de elevada circulação de pessoas. As elevadas taxas de mortes por atropelamento registadas em Portugal desde 2007 levaram a PSP a pôr em marcha, durante os meses de Março, Abril e Maio, a operação nacional *Pela vida, trave!*. A iniciativa pretende reduzir o número de atro-



A PSP do Porto tem fiscalizado o cumprimento da sinalização luminosa e as desobediências nas passadeiras

pelamentos mortais nas passadeiras e promover comportamentos mais responsáveis junto dos condutores e peões, sensibilizando-os a agirem com maior precaução.

Além da fiscalização do trânsito, a PSP tem controlado os desrespeitos da sinalização luminosa (passagem com sinal vermelho e amarelo, neste caso quando fora do âmbito admissível), do sinal vertical stop e ainda as desobediências nas passadeiras, tanto dos peões como dos condutores. Nestas acções, a PSP utiliza viaturas descaracterizadas e recorre a elementos à civil que comunicam as infracções via rádio aos agentes fardados, os quais aplicam as devidas multas. Segundo Pedro Moura, subintendente da PSP do Porto, a “componente repressiva da campanha” alia-se ao “apelo da polícia para o respeito pelas regras da estrada”.

Os resultados obtidos até agora “satisfazem a PSP”, revela Pedro Moura. Apesar de ainda não ser possível “fazer um balanço completo”, já que a operação apenas termina na próxima semana, o responsável diz que se tem verificado “uma tendência de diminuição de todas as infracções”. Ontem à tarde, a PSP do Porto levou a cabo novas acções, tendo estado na zona do Covelo, em Paranhos, na Avenida da Boavista e na Avenida da

PT cortou o telefone aos Bombeiros Voluntários do Porto por falta de pagamento

Rui Azevedo

Desactivação das linhas tem prejudicado os serviços prestados a particulares pelos bombeiros

● Uma dívida antiga dos Bombeiros Voluntários do Porto à Portugal Telecom (PT) levou a empresa a suspender, há duas semanas, o serviço de telefone fixo à corporação, que agora depende exclusivamente dos seus telemóveis. O presidente da corporação portuense, Jaime Madureira, aponta "os serviços particulares, sobretudo os solicitados pelas companhias de seguros", como "os mais afectados pela ausência de comunicações fixas".

Quanto aos serviços municipais e distritais, observa que "não têm sido prejudicados, pois são comunicados aos bombeiros pelo Centro de Orientação de Doentes Urgentes", que está a par da situação e que entra em contacto com a corporação por telemóvel.

Jaime Madureira disse ao PÚBLICO que, quando tomou posse, há três anos, já havia uma dívida de 25 mil euros à PT. "Quando percebemos a situação, reunimos 6600 euros e, um ano e meio após iniciarmos funções, pagámos um terço da dívida. Em Dezembro de 2009, tentámos chegar a um acordo de pagamento da quantia em falta e estávamos dispostos a avançar com prestações mensais de 800 euros relativas ao faxe e ao telefone", adiantou. Na resposta, a PT enviou

um documento de reconhecimento de dívida e que já previa o pagamento da verba em falta em prestações. O valor da prestação inicial do faxe (184 euros) e os respectivos juros (459 euros) foram liquidados. O problema, segundo Jaime Madureira, veio na



factura referente à primeira prestação do telefone. "A PT obrigava-nos a pagar, à cabeça, 5200 euros de juros e depois o valor da prestação mensal (601 euros). Claro que não pudemos liquidar estes valores, até porque an-

tes já tínhamos pago 30 por cento do total da dívida", justificou.

Embora reconheça que os bombeiros "não foram muito eficazes na negociação", Jaime Madureira considera "um exagero" os juros da primeira prestação do telefone. Neste momento, o número de telemóvel dos Voluntários para atendimento ao público é o 911150269. Entretanto, o presidente da corporação afirma ter sido contactado segunda-feira pela PT, que lhe terá manifestado a intenção de encontrar uma solução, tendo alegadamente indicado uma gestora de conta da empresa para tratar do assunto. O PÚBLICO tentou falar com esta gestora de conta e com a direcção de comunicação da PT, mas ninguém esteve disponível em tempo útil para esclarecer o caso.

25 de Abril no Porto evoca José Afonso

● "O que faz falta é defender e cumprir Abril!" Com este lema, inspirado no refrão de uma canção de José Afonso, decorre, a 24 e 25 de Abril, a iniciativa que celebra, no Porto, os 36 anos da revolução. O programa foi ontem divulgado pela comissão promotora das comemorações no concelho, que decidiu, este ano, lembrar o 80.º aniversário do autor de *Grândola Vila Morena*.

Dia 24 (sábado) à tarde, há uma visita pedagógica às instalações da antiga PIDE/DGS no Porto, para jovens até aos 30 anos que não viveram "situações de falta de liberdade", como venceu João Torres, da organização. À noite, a música junta-se à poesia numa evocação do "Zeca". Helena Borges, da Associação José Afonso, diz que a ideia é "enaltecer o homem e o seu exemplo cívico, agitando mentalidades". Depois, vem o fogo-de-artifício.

A tarde de domingo abre com uma homenagem aos resistentes antifascistas no Largo Soares dos Reis. Daqui parte o "desfile da Liberdade" para os

Aliados, onde se escutarão mais canções revolucionárias e intervenções a cargo da Associação 25 de Abril. **Rui Azevedo**

PAULO PIMENTA



O actual Museu Militar foi a sede da PIDE/DGS no Porto

Acidente na A4 faz um morto e quatro feridos

Rui Azevedo

Um veículo ligeiro despistou-se ontem de manhã na A4, no sentido Porto-Amarante, ao quilómetro 23, perto de Baltar, causando a morte de um jovem e ferindo os seus quatro colegas, dois dos quais com muita gravidade. O acidente, cujas razões estão a ser investigadas pela GNR da Maia, ocorreu por volta das 7h30 e obrigou ao corte do trânsito nos dois sentidos, tendo a circulação rodoviária sido retomada duas horas depois. Os cinco jovens, com idades entre os 24 e os 30 anos, seguiam na mesma viatura e regressavam da Queima das Fitas do Porto para Marco de Canaveses e Penafiel, onde residiam. Segundo fonte dos Bombeiros Voluntários de Valongo, os jovens foram projectados para a outra faixa de rodagem, acabando por embater na parte cimeira das rochas contíguas à auto-estrada e rodopiando, presumivelmente, ao longo de 70 metros. O choque foi muito violento e matou imediatamente

um passageiro do banco de trás, natural de Penafiel. Os dois ocupantes em estado muito grave foram transportados para o Hospital de São João, no Porto, um deles num helicóptero do INEM. Os outros dois feridos, ligeiros, foram levados para o Hospital do Padre Américo, em Penafiel. O socorro às vítimas foi prestado pelos Voluntários de Valongo, com 18 homens e sete viaturas, e ainda por uma ambulância dos Bombeiros de Baltar. De acordo com o gabinete de comunicação do São João, os dois feridos encaminhados para este hospital estão numa "situação crítica", encontrando-se um deles "com prognóstico reservado na Unidade de Cuidados Intensivos" e o outro "com menos reservas na Unidade de Cuidados Intermédios". Os dois feridos ligeiros já saíram do hospital de Penafiel. A assessoria de comunicação deste hospital disse ao PÚBLICO que "a situação clínica deles não era grave", sendo que um dos jovens "entrou até de pé". Os dois tiveram alta logo de manhã, às 10h.

Feira do Livro do Porto adiada para 1 de Junho e mudada dos Aliados para a Boavista

Rui Azevedo

O prolongamento da Feira do Livro de Lisboa está na origem das alterações. Os editores e livreiros dizem que está tudo combinado. Câmara diz que desconhece

● O início da 80.^a edição da Feira do Livro do Porto estava marcado para o dia 27 de Maio, mas foi adiado para 1 de Junho. O local da feira também sofreu alteração, tendo o evento sido transferido da Avenida dos Aliados para a rotunda da Boavista, onde já se realizou.

Estas mudanças estão, desde logo, relacionadas com o prolongamento da Feira do Livro de Lisboa, cuja edição deste ano não termina este domingo (dia 16), como estava inicialmente previsto, encerrando apenas uma semana depois, no dia 23 de Maio. De acordo com Miguel Freitas da Costa, secretário-geral da Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (APEL), a decisão resultou de situações "atípicas" - a chuva do passado fim-de-semana, que no último sábado obrigou os pavilhões a fecharem às 18h00 (cinco horas e meia antes da hora de encerramento aos fins-de-semana), os festejos



A preparação do S. João é um motivo apontado para a mudança

de dezenas de milhares de adeptos do Benfica, que, no dia seguinte, se concentraram na Praça do Marquês de Pombal para celebrar o título de campeão nacional de futebol, bem como a passagem do Papa pela capital, que acabou por afastar eventuais compradores de livros.

Para além disto, houve, na óptica de Miguel Freitas da Costa, algumas "questões circunstanciais" que levaram à decisão de atrasar o começo da Feira do Livro do Porto e de a realizar noutro sítio. Freitas da Costa sublinhou que a mudança do certame

para outro local suscitou "implicações logísticas", as quais "contribuíram naturalmente para o adiamento do início da feira". Sem especificar outras razões, o secretário-geral da APEL disse ao PÚBLICO que, este ano, se tornou "mais conveniente realizar o evento na rotunda da Boavista", admitindo "um consenso entre a organização da Feira do Livro do Porto e a Câmara Municipal do Porto" a propósito do assunto.

Apesar de a APEL garantir convergência com a autarquia em torno da decisão, fonte do gabinete de comu-

nicação, contactada pelo PÚBLICO, afirmou que "o pelouro da Cultura ou mesmo a presidência da câmara desconhecem qualquer alteração relacionada com a feira".

Questionado pelo PÚBLICO acerca deste tema, Avelino Soares, director da Feira do Livro do Porto, apontou igualmente o prolongamento do certame lisboeta como "um dos motivos" para as alterações no evento do Porto. "Não havia tempo para fazer o transporte das estruturas e dos equipamentos necessários à montagem da Feira no Porto. Além disso, não podíamos ir para os Aliados durante o mês de Junho por causa dos preparativos das festas de São João", revelou. O responsável da Feira do Livro do Porto notou que a escolha da Rotunda da Boavista para a realização da edição deste ano do certame se deveu "ao facto de a feira já ter sido lá realizada em ocasiões anteriores" e às "boas memórias que os participantes têm do local". Também Francisco Pacheco, da Gradiva, considera positiva a mudança para a Boavista, um sítio "melhor" e com "maior densidade habitacional" do que a Baixa. Trata-se de um espaço "plano", algo que "para os pavilhões de livros é excelente", adiantou. O mesmo diz que a realização do *Porto Road Show* pode ter dificultado a "montagem dos pavilhões". A Feira do Livro do Porto termina a 20 de Junho.

Portugal terá este ano mais 14 praias com bandeiras azuis do que em 2009

O Norte terá, este ano, 56 praias com Bandeira Azul, mais 16 do que no ano passado. O Algarve continua a liderar

Rui Azevedo

● Há 14 novas praias portuguesas que vão receber a Bandeira Azul este ano. Depois de em 2009 ter abrangido 226 praias, a garantia de qualidade anualmente conferida pela Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE) vai estender-se este ano a 240 praias do país.

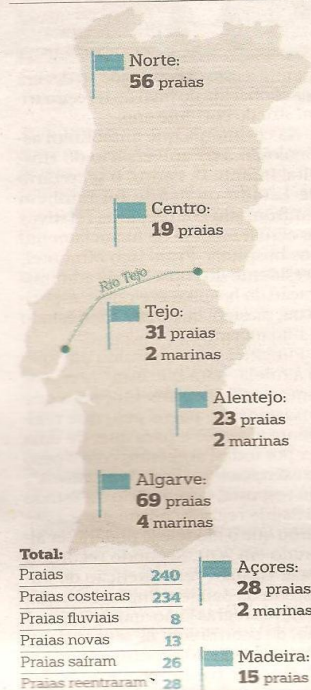
José Archer, presidente da ABAE, está satisfeito com este "número recorde", que considera "muito signi-

ficativo". De acordo com o responsável, é o trabalho dos portugueses na conservação da orla costeira que está na origem destes resultados positivos. "Há uma preocupação das entidades no investimento e nas infraestruturas que colocam nas praias, dos concessionários na forma como gerem as praias e das pessoas na forma como as utilizam", declarou. José Archer faz questão de recordar que a atribuição da Bandeira Azul corresponde a um "programa de educação ambiental" e adianta que "ao fim de 20 anos o comportamento mais adequado está intrinsecamente em cada pessoa".

Apesar de achar que é possível conseguir resultados ainda melhores, o presidente da ABAE deixa claro que o número de praias portuguesas com Bandeira Azul este ano representa mais de metade das zonas balneares oficialmente classificadas no país. "Estamos acima dos 50 por cento de praias com Bandeira Azul, o que é uma percentagem muito boa. É de longe, dos países do Sul da Europa, o que tem a maior percentagem de praias com Bandeira Azul", notou, acrescentando que isto é "o resultado de um ótimo trabalho".

Em 2010, a região Norte vai apresentar 56 bandeiras azuis, mais 13 do que no ano passado. Esta subida resulta da candidatura de sete novas praias - Silvade, Fraga da Pegada, Angeiras Norte, Pedras Brancas, Azul, Leça da Palmeira, Gondarém. Nesta zona do país, voltam a ser galardoadas sete praias (Vila Praia de Ancora, Frente Azul, Rua 37, Paramos, Suave Mar, Fão-Ofir, Valadares Sul), ficando, porém, a Congida sem marca de qualidade. No centro, serão hasteadas 19 bandeiras, mais uma do que em 2009, graças à distinção novamente feita à praia de Esmoriz. O Alentejo contará com 23 praias premiadas, passando a ter mais duas do que em 2009, após os regressos da Fonte do Cortiço e Califórnia à condição

Bandeira azul 2010



Mais de 50 por cento das praias portuguesas têm Bandeira Azul

A maior descida ocorreu na região do Tejo: os concelhos de Sintra, Cascais e Figueiró dos Vinhos não avançaram com qualquer candidatura e, por isso, a região terá menos 11 bandeiras azuis relativamente ao ano passado. Ao invés, o Algarve, onde este ano foram distinguidas 69 praias, continua a ser a região que ostenta o maior número de bandeiras azuis. Na zona Sul do país, o selo de qualidade foi retirado a duas praias (Pego Fundo e Faro Ria), mas três novas estações bal-

O total

240

é o número total de praias portuguesas às quais foi este ano conferida Bandeira Azul, um número que constitui um recorde