

Mestrado em Ciências da Comunicação -
Variante Estudos de Média e Jornalismo

Porto24: Estágio e Estudo de Caso

O Impacto da Agência Lusa no Ciberjornalismo de Proximidade

Nuno Alexandre Carvalho
Marques

M

2016



Nuno Alexandre Carvalho Marques

Porto24: Estágio e Estudo de Caso

O Impacto da Agência Lusa no Ciberjornalismo de Proximidade

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pelo
Professor Doutor Fernando Zamith

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Setembro de 2016

Porto24: Estágio e Estudo de Caso O Impacto da Agência Lusa no Ciberjornalismo de Proximidade

Nuno Alexandre Carvalho Marques

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pelo
Professor Doutor Fernando Zamith

Membros do Júri

Professor Doutor Helder Manuel Ferreira Bastos
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Professor Doutor Ricardo Jorge Pinto
Universidade Fernando Pessoa

Professor Doutor Fernando António Dias Zamith Silva
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Classificação obtida: 17 valores

Aos meus docentes e colegas jornalistas, muito obrigado

Sumário

Resumo.....	8
Abstract.....	9
Índice de Ilustrações.....	10
Índice de Tabelas e Quadros.....	11
1. Introdução.....	12
2. Objetivos de Estágio.....	16
3. Ciberjornalismo.....	17
3.1. Ciberjornalismo: Várias escolas, várias “evoluções”?.....	17
3.2. “Ciberjornalismo”, uma indefinição internacional?.....	23
3.3. O “Ciber” no ciberjornalismo- Admirável mundo novo de diferenças e potencialidades.....	26
3.4. O Jornalismo e o Ciberjornalista.....	29
3.5 Tendências e audiências para o ciberjornalismo.....	34
4. Fontes de Informação: A Agência como dominante no Ciberjornalismo..	44
5. Ciberjornalismo de Proximidade.....	59
5.1. A Imprensa regional e ciberjornalismo de proximidade.....	59
5.2. O local tem interesse?.....	62
5.3. Uma breve resenha histórica do ciberjornal regional em Portugal....	63
6. Porto 24: Relatório de Estágio e Estudo de Caso.....	65
6.1. Metodologia.....	66
6.2. Relatório de Estágio.....	70
6.2.1 Porto24- Descrição e Missão.....	72
6.2.2. Apresentações e impressões.....	74
6.2.3. Jovem jornalista, velhas éticas.....	76
6.2.4. Do Real ao Virtual- O Império do Relógio.....	79
6.2.5 A Rotina da não Rotina no Porto24.....	82
6.2.6. Reportagens e fontes.....	86
6.2.7. Outras Aventuras.....	96
6.3. Estudo de Caso.....	101
6.3.1.Análise de dados Quantitativa: Estudo das Fontes e notícias..	101

6.3.2. Análise de Dados Qualitativa: Observação participante.....	117
7. Conclusão.....	120
8. Bibliografia.....	123

Resumo

O Porto24 é um ciberjornal regional focado na produção de conteúdos jornalísticos de âmbito generalista sobre a área metropolitana do Porto. Nos seis meses em que lá estive enquanto jornalista estagiário trabalhamos constantemente sobre o império onnipresente do relógio e com muita informação que nos chegava da única agência noticiosa portuguesa, a *Lusa*. Aconteceu que, devido a constrangimentos económicos por parte do Porto24, o contrato entre as duas entidades cessou e os serviços da *Lusa* ficaram indisponíveis, levando a uma grande mudança das rotinas jornalísticas na redação do ciberjornal. Notando isto como uma oportunidade única de estudo de um fenómeno que observei e vivenciei lancei mão ao trabalho para tentar descobrir como tudo aconteceu, o que mudou, como mudou e a que nível se sentiram os impactos desta mudança e, sobretudo, como é que uma pequena empresa como o Porto24 lidou com o cessar súbito da sua maior fonte de informação. Acredito que ao estudar este fenómeno através da observação participante e do estudo das fontes utilizadas pelos jornalistas da redação seremos capazes de oferecer análises qualitativas e quantitativas sobre o fenómeno em questão, revelando uma faceta única e inesperada do objeto de estudo.

Palavras-chave: Ciberjornalismo, Ciberjornalismo de Proximidade, Agências Noticiosas, Fontes de Informação.

Abstract

Porto24 is a regional cyberjournal that focus on giving it's readers news with a strong focus on the metropolitanian area of Porto. In the six months I spent there as an intern journalist, we worked around the clock with a lot of information that came from the portuguese news agency *Lusa*. It so happens that, due to economic constraints in Porto24, the contract between these two entities ceased to exist and Lusa's services became unavailable for use, prompting a big change in all the journalistic routines in Porto's24 newsroom. This came as a unique oportunity to form a study around it since it was a phenomenon the author experienced in first hand. So we tried to discover what happenned to Porto's24 newsroom, what changed and what impacts *Lusa's* disapearence had. We believe that using methods such as participatory observation and the study of sources used by journalists in their work we will be able to provide a qualitative and quantitative analysis about the phenomenon in study, aiming to provide a detailed view of what happenned in those turmoiled six months.

Keywords: Cyberjournalism, Local Cyberjournalism, News Agencies, News Sources.

Índice de ilustrações

Fig.1- Exemplo de notícia que menciona a Agência Lusa como autor

Índice de tabelas (ou de quadros)

Tabela 1- Interesse em Tipos de Notícias em Portugal, 2015.

Tabela 2- Interesses em tipos de notícias, Todos os países 2015.

Gráfico 1- Número de notícias por editoria- Setembro 2015 (Valores Totais, Valores de Produção própria do Porto24 e Valores de notícias que usam exclusivamente conteúdos da Agência Lusa).

Gráfico 2- Número de notícias por editoria- Outubro 2015 (Valores Totais, Valores de Produção própria do Porto24 e Valores de notícias que usam exclusivamente conteúdos da Agência Lusa).

Gráfico 3- Número de notícias por editoria- Novembro 2015 (Produção exclusiva do Porto24).

Gráfico 4- Número de notícias por editoria- Dezembro 2015 (Produção exclusiva do Porto24).

Gráfico 5- Número de notícias por editoria- Janeiro 2015 (Produção exclusiva do Porto24).

Gráfico 6- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Setembro 2015.

Gráfico 7- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Outubro 2015

Gráfico 8- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Novembro 2015

Gráfico 9- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Dezembro 2015

Gráfico 10- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Janeiro 2015

Gráfico 11- Número de vezes por Circunstância de obtenção de fontes. Setembro (2015)- Janeiro (2016)

1. Introdução

A minha breve passagem pela redação do Porto24 foi marcada sobretudo pelo clima de crise que acabou por se instalar no ciberjornal. Infelizmente, e tal como muitos outros, o Porto24 surgiu de uma nobre ideia: tornar-se um órgão de comunicação social de referência, de amplitude generalista dedicado exclusivamente à realidade da área metropolitana do Porto. Infelizmente, o ciberjornal passou por alguns percalços até voltar a ganhar alguma estabilidade, poucos meses após. O trabalho realizado para esta tese começa no dia 14 de Setembro de 2015, momento em que entrei para a redação do Porto24 enquanto estagiário no âmbito do Mestrado de Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

A passagem pelo ciberjornal afigura-se agora, ao recordar-me da mesma, como um momento relâmpago na minha vida, 6 meses que passaram a correr (figurativamente e literalmente, às vezes) mas recordo-me bem das razões pela qual o escolhi para local de estágio: nasci e cresci no Porto, na Foz do Douro, para ser mais exato, portuense de gema, desde cedo me interessei pela História da cidade, das suas personalidades, dos seus edifícios e locais, das suas lendas e estórias. Sabia também que a redação seria pequena e o âmbito de trabalho muito focado e acreditava também que, numa pequena redação poderia vir a ser um elemento ativo na construção de um ciberjornalismo local de qualidade. As possibilidades de vir a ser um estagiário relegado à observação ou a “tirar fotocópias” seriam bastantes reduzidas. Acreditava também minha familiaridade e ligações com a cidade do Porto, as suas gentes e com algumas instituições locais de relevância acabariam por se revelar importantes elementos de trabalho. Dirigi-me ao Porto24 com a intenção de aprender mais, não só sobre jornalismo, mas sim sobre os meandros menos conhecidos da minha cidade. A escolha do local pautou-se, portanto, pela familiaridade, pelo interesse pessoal e pelo desejo de desenvolver um trabalho académico numa área de muito interesse, que se reforçou com a minha presença no local, o ciberjornalismo e as fontes de informação.

Inicialmente, e durante os meus dois primeiros meses no Porto24 (Setembro e Outubro de 2015), o trabalho académico tinha-se debruçado na exploração dos problemas éticos enfrentados pelos ciberjornalistas regionais até que, em Novembro, inesperadamente, os serviços da Agência Lusa deixaram de estar disponíveis para uso por parte dos jornalistas da redação do Porto24. Isto motivou um conjunto de mudanças nas rotinas de produção que alterou, profundamente, a nossa forma de trabalhar e de produzir trabalho jornalístico, desde as horas de trabalho, à quantidade de notícias produzidas diariamente, ao número de fontes que se contactava, às circunstâncias em que procuravam pelas mesmas.

O fenómeno que decorreu foi imprevisto, singular, interessante e, talvez, até único para estudo, pelo que rapidamente mudei o meu foco de trabalho para o poder registar. Focamos o nosso estudo numa perspetiva dual e comparativa para melhor compreender o que aconteceu: O antes o depois da saída da Agência Lusa. Ao longo dos meses seguintes fomos lançando várias interrogações para o que se estava a passar e que viriam a formar a base deste trabalho académico. Totalizam-se seis grandes questões que apresentamos em seguida (com as respetivas hipóteses):

Q1- Qual o nível de predominância da Agência Lusa no noticiário do Porto24?

H1- A dominância da Lusa deve rondar os 90 a 95% e as principais editorias em que a Lusa é a fonte predominante de informação são a política, a sociedade e a economia.

Q2- Que consequências teve o fim do contrato com a Lusa na variedade editorial do P24?

H2- A variedade editorial vai registou um acentuado decréscimo nas editorias de política e economia e há uma tendência de crescimento nas editorias de cultura e sociedade, desporto e cidade (explicamos a distinção na metodologia).

Q3- Com o cessar do contrato de prestação de serviços entre a Agência Lusa e o P24, em que medida se registou uma procura de diferentes tipologias de fontes por parte dos jornalistas?

H3- A tipologia de fontes citadas é mais diversificada, dado que a produção passa a ser autónoma, no entanto o número de fontes citadas por notícia registou uma diminuição acentuada, dados os constrangimentos temporais que se impõem à produção noticiosa autónoma.

Q4- Com a saída dos serviços da Agência Lusa da redação levou a uma alteração das circunstâncias em que a informação era rececionada pelos jornalistas? Registou-se alguma iniciativa por parte dos jornalistas em ir à procura de informação ou eram recetores passivos?

H4- Com o trabalho dos jornalistas dentro de quatro paredes observa-se uma predominância de informação obtida através de *press releases*, entrevistas telefónicas e, muito raramente, em conferências de imprensa. Há também alguma iniciativa na procura de informação própria e os jornalistas não são apenas recetores passivos.

Q5- Nas notícias que surgem da Agência Lusa registou-se, por parte dos jornalistas alguma tentativa de aprofundar a notícia, procurando por fontes próprias quando necessário?

H5- Em algumas ocasiões tal aconteceu, mas os números são muito reduzidos.

Q6- Quais as principais mudanças a nível de rotina de produção noticiosa que podemos observar com a saída da Lusa?

H6- O nível médio de produção aumentou, o tempo de produção por notícia diminuiu e as notícias tornaram-se mais pequenas e focadas. A redação sedentarizou-se e foi possível observar alguma dependência em relação a determinadas fontes.

Para lhes responder foram adotados dois métodos de estudo com o propósito final de nos dar perspectivas qualitativas e quantitativas sobre o fenómeno: para o primeiro, foi-me sugerido a utilização da observação participante e, para o segundo, optei uma quantificação das fontes utilizadas por notícia, enquanto reflexo do trabalho jornalístico de produção própria e um estudo dos géneros noticiosos e das editoriais presentes no noticiário do Porto24. Acreditamos também que as fontes podem ser uma forma de quantificar esta realidade, apurando possíveis dependências e rotinas, isto é: o estudo da fontes pode ser uma janela que nos permite quantificar o dia a dia da rotina do ciberjornalista.

O objetivo foi, por isso, estudar o impacto que as agências noticiosas conseguem ter no dia a dia de uma redação, neste caso em particular, uma com poucos recursos e poucos jornalistas. Como é possível observar esta dependência extrema, atribuída sobretudo aos ciberjornalistas e, como é que as dinâmicas internas numa redação se alteram quando são privados desta informação de que tanto dependem? Embora o grande motivo para esta abordagem tenha sido o acontecimento imprevisível, também denotamos algum gosto pessoal pelo trabalho e relação entre jornalista e fontes, uma predileção que foi muito motivada pelos meus colegas de redação para a realização constante de novos e interessantes contactos.

O que proponho, então, é a apresentação de um trabalho com duas vertentes distintas mas complementares (Ponto 6. Porto24: Relatório e Estudo de Caso): Um relatório de estágio no verdadeiro sentido da expressão, isto é: uma reflexão sobre as atividades realizadas enquanto membro integrante da equipa de jornalistas do Porto24, sobre problemas e dilemas que fui encontrando e trabalhos interessantes dignos de nota (com especial destaque para reportagens e entrevistas). Na segunda parte do trabalho o que proponho é um estudo de caso, de índole objetiva e científica motivado pela saída dos serviços da Agência Lusa fazendo uso das metodologias da observação participante e da quantificação de fontes.

O Porto24 é um pequeno jornal regional com o número de registo na Entidade Reguladora para a Comunicação Social 126107, Vai buscar as suas origens ao ano de

2010 e constituiu-se como empresa em 2011, pelas mãos da jornalista Ana Isabel Pereira.

2. Objetivos de Estágio

Os objetivos da minha presença no Porto24 podem ser sumariados muito simplesmente da

seguinte forma e sem grandes formalidades:

- Desenvolver e ganhar familiaridade com o ambiente jornalístico num sentido prático;
- Aproveitar esta oportunidade para identificar, explorar e experimentar, em primeira mão, os problemas e vantagens do ciberjornalismo, que tanta tinta académica têm feito correr nas duas últimas décadas;
- Explorar novas metodologias de investigação académica (Observação participante e quantificação de fontes) para o estudo dos problemas e das vantagens do ciberjornalismo;

Utilizar a minha presença de 6 meses na redação do Porto24 para me familiarizar com o ambiente e os seus profissionais, as suas rotinas, hábitos, personalidades, ambições, problemas e preocupações enquanto jornalistas;

Revisão Bibliográfica

Em relação à revisão bibliográfica queremos também deixar a advertência que, dado o escopo de páginas a que este trabalho fica limitado e a tremenda amplitude de estudos e de autores existentes, a nossa revisão bibliográfica não é, de todo, um trabalho completo e infalível. No entanto, perfeitamente cientes das limitações do nosso trabalho, tentaremos colmatar as mesmas, ao longo do texto, com sugestões de leitura alternativas em nota de rodapé que, ou porque não se mostrou relevante que chegue ou então não são parte integrante do mesmo mas que a sua leitura não deixa de ser indispensável para o bom entendimento dos estudos do ciberjornalismo e do ciberjornalismo de proximidade.

3. Ciberjornalismo

3.1. Ciberjornalismo: Várias escolas, várias “evoluções”?

Em 2001, Ángeles Cabrera Gonzalez afirmava no seu artigo “Convivencia de la prensa escrita y la prensa 'online' en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia” que: “Latest technological advances have originated the birth of new media, with an own language and characteristics of communication and contents different from traditional mass media (press, radio and television). This new media that we denominated online, coexist with the traditional mass media of a way that, at the present time, we can consider provisional or, even, experimental” (González, 2001:71). A autora identifica 4 fases de desenvolvimento da produção de conteúdos “dentro de la red” que, à altura da realização do artigo presenciava um grande protagonismo por parte dos profissionais da imprensa e é esta “evolución de la prensa em internet” que a autoria sub-divide em quatro fases/modelos:

1. O modelo “fasimilar”, caracterizado pela reprodução, através do *scan* das páginas do jornal impresso para formado PDF, adjectivado como “un modelo estático y de poca utilidad de cara al lector, que en manera alguna, aprovecha las posibilidad de interactividad que ofrece el nuevo medio”(Ibid.:75).
2. O modelo “adaptado” é aquele que se segue, ao integrar, ainda de que forma relativamente limitada e muito pouco trabalhada algumas das características próprias do meio online como o hipertexto.
3. O terceiro denomina-o de “modelo digital”. Desenhado exclusivamente para o meio digital de forma a tentar aproveitar algumas potencialidades, com notícias mais interativas e possui elementos incipientes de multimedialidade. A versão digital continua a ser um complemento do jornal em papel.

4. O último dos modelos será denominado por “multimédia”, em que se “se intenta hacer del periódico en línea un medio totalmente diferente al periódico en papel, desde el punto de vista visual, como de los contenidos”. Tentando aproveitar, agora sim, ao máximo, as potencialidades da interatividade e da multimedialidade, oferecendo, dessa forma, novos formatos.

A categorização da autora espanhola peca, como vai observar João Canavilhas (2005: 2 a 3), por resultar de uma análise exclusivamente limitada às publicações digitais que surgiram de organizações de comunicação social ligadas à impressão em papel. À data da publicação do artigo da autora espanhola o professor norte-americano John Pavlik lançou também uma categorização evolutiva em 3 fases dos modelos presentes no online que foi universalmente mais bem recebido nos círculos académicos internacionais, sendo menção omnipresente em grande parte das obras citadas nesta tese de mestrado.

O autor norte-americano reparte a evolução do “conteúdo noticioso”¹ (2001:43) online em 3 fases que, curiosamente, coexistiram em simultâneo e, até certo ponto, continuam a existir nos dias de hoje: a primeira e a que imperava em grande parte dos sites noticiosos à entrada para o séc. XXI eram a transposição de material das “publicações mãe” para o cibermeio. A segunda fase é caracterizada pela produção própria por parte dos jornalistas que fazem uso das características e potencialidades singulares dos sites como as hiperligações, as capacidades de indexação, a multimedialidade e a personalização. Pavlik considera atribuir estas características como positivas ao descrever os locais que fazem uso das mesmas como “the better news sites”.

Por fim, a terceira fase começava apenas a desenvolver-se de forma incipiente e apenas um limitado número de sites haviam experimentado com ele: “This stage is characterized by original news content designed specifically for the Web as a new medium of communication and frequently of increasingly specialized focus [...], with full awareness and treatment of the Internet as a legitimate medium of news delivery, a

1 PAVLIK, Jonh V.- Journalism and new media”, Columbia University Press, 2001, New York. Pág. 43

willingness to break news online aggressively and to rethink the nature of a community online [...] and, most importantly, a willingness to experiment with new forms of storytelling, such as immersive storytelling, which allows the reader to enter and navigate and thought a news report rather than simply look at it in a linear fashion, as is the case with traditional news reporting, still photography, motion video, and audio. [...] In any event, the result is a more contextualized news report.”² (Ibid.: 43)

João Canavilhas (2005) tenta reduzir a sistematização criada por Cabrera González a todos os meios de comunicação e ao limitar o seu quadro de análise ao mínimo essencial, focando-se mais numa análise estrutural do que de numa análise de produção de conteúdo, o autor português chega à conclusão que todo o processo de evolução em apenas duas fases fundamentais, o jornalismo online e o webjornalismo/ciberjornalismo³ (Canavilhas, 2005: 2).

Na primeira destas fases o que acontece é uma mera transposição dos modelos já existentes e utilizados pela imprensa, pela rádio e pela televisão para o meio online: “No caso dos jornais, as versões online acrescentam a atualização constante, o hipertexto para ligações a notícias relacionadas e a possibilidade de comentar as notícias. No caso das rádios, a emissão está disponível online, são acrescentadas algumas notícias escritas e disponibilizam-se a programação e os contactos. As televisões têm também informação escrita, à qual são acrescentadas notícias em vídeo, a programação do canal e os contactos” (Ibid.: 2). Canavilhas já tinha lançado uma perspetiva semelhante em 2001 quando afirmou que “Devido a questões técnicas, (baixa velocidade na rede e interfaces textuais), a Internet começou por distribuir os conteúdos do meio substituído-o jornal. Só mais tarde a rádio e a televisão aderiram ao novo meio, mas também nestes casos se limitaram a transpor para a Internet os conteúdos já disponibilizados no seu suporte natural. As emissões das rádios e dos telejornais na Internet são tudo o que se pode encontrar atualmente. E apesar do inquestionável interesse da difusão destes conteúdos à escala global, é um completo desperdício tentar reduzir o novo meio a um simples canal de distribuição dos conteúdos já existentes.” (Canavilhas, 2001: 1 a 2).

2 PAVLIK, John V.- Journalism and new media”, Columbia University Press, 2001, New York. Pág. 43

3 CANAVILHAS, João- Do jornalismo online ao webjornalismo: Formação para a mudança”, 2005. Pág. 2.

Desta forma preconizava a aquela que viria a enumerar em 2005 como a sua segunda fase.

Este segundo momento que João Canavilhas nos propõe é um em que “as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura”. É esta fase que o autor equipara à terceira de Jonh Pavlik (Canavilhas, 2005: 2).

Embora o autor português tenha feito um bom trabalho a resumir ao mais essencial a evolução estrutural da produção noticiosa nos meios online, é necessária uma análise evolutiva mais abrangente e mais recente para conseguirmos compreender em concreto a evolução faseada do ciberjornalismo português.

Hélder Bastos, antigo jornalista e professor universitário realizou o mais extenso trabalho de investigação histórica a nível nacional para tentar perscrutar as origens e evolução do ciberjornalismo português desde 1995 até ao ano de 2010 intitulada “Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: das origens às múltiplas plataformas”⁴ que possui o mérito de conseguir realizar uma análise não só a nível da produção de conteúdos tendo por base aquelas que já foram aqui explanadas mas também, uma aplicação concreta, rigorosa e datada destes baluartes teóricos à evolução do ciberjornalismo português.

Numa análise retrospectiva desta primeira década e meia do ciberjornalismo em Portugal, o académico português optou por dividir este espaço temporal em três fases muito distintas entre si: A implementação, de 1995 a 1998, o *boom* ou expansão (de curta duração) de 1999 a 2000 e, por fim, a fase de contração que durou de 2001 a 2010, data em que termina esta investigação e deixa em aberto os desenvolvimentos recentes no universo económico do ciberjornalismo.

Dos anos 1995 a 1998 correspondem os primeiros passos dados para o que Hélder chama no seu artigo um “desembarque paulatino dos *media* portugueses na Web”, considerando esta uma fase “marcada tanto pela experimentação quanto pela incerteza em relação aos resultados” pois as empresas encontravam-se num impasse, se por um lado “sentiam que não podiam perder o comboio”, por outro, a maneira como se

4 BASTOS, Hélder- Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: das origens às múltiplas plataformas. 2011, Confibercom. São Paulo.

aventuraram nos cibermeios acabou por se revelar a menos adequada e lançaram-se “como podiam e sabiam nos meandros da publicação noticiosa no ciberespaço”. Os seus primeiros momentos de existência continuariam a ser gravemente marcados pela “transposição de conteúdos [...] para o novo meio” (Zamith, 2007: 33). Fernando Zamith destaca que esta característica, que ficaria negativamente conotada como *shovelware* “já era de esperar porque o mesmo aconteceu com os primeiros noticiários radiofónicos e com os primeiros noticiários televisivos, nos dois casos feitos, fundamentalmente, da leitura de notícias dos jornais” (Zamith, 2001: 23). Jonh V. Pavlik em “Journalism and new media”, em 2001 já levantava duas questões fundamentais que seriam profundamente estudadas no mundo académico na década que se seguiu “The quality of much of the news online is as high as that of leading newspapers, news magazines, or television or radio outlets, because much of it comes from those media. Yet that fact prompts another questions: If online journalism is little more than another delivery system for these older media, even a potentially better delivery system, what's all the fuss about? In terms of journalism, what's the point?” (Pavlik, 2001: 28 a 29). Ao ler esta questão de Pavlik mais de uma década e meia após a sua colocação é possível compreender a percepção profissional e intelectual sobre o estado do ciberjornalismo no início do novo século, seria esta novidade apenas um novo canal de distribuição, ou um novo meio com características e vantagens próprias e exclusivas? Em Portugal, um ano depois, em 2002, os estudos de Jonh Pavlik já respiravam aceitação com Elizabete Barbosa (2002), a concordar com o ator americano afirmando que “durante anos, a presença dos meios de comunicação social na rede limitou-se à transferência dos conteúdos utilizados no meio tradicional para um site na Internet. É recente a tendência de considerar algumas das potencialidades que a Internet oferece como meio para criar um produto e um serviço melhor” (Barbosa, 2002: 2).

A atitude positiva de Jonh Pavlik sobre a terceira fase de desenvolvimento para o futuro do ciberjornalismo enquanto meio próprio encontra-se em concordância com a atitude portuguesa de investimento identificada por Helder Bastos como de *boom* ou expansão, o segundo patamar da história do ciberjornalismo nacional identificada pelo autor português. Uma fase “de euforia, marcada pelo surgimento de novos projetos, envolvendo investimentos avultados. Grupos multimédia arriscaram e apostaram em

portais [...], algumas redações alargaram substancialmente os seus quadros, numa altura em que se verificava uma euforia, nacional e internacional, à volta da economia gerada pela Internet” (Bastos, 2011: 10). Primeiro o *Público*, em Janeiro de 1999, pretendia tornar a sua edição online uma nova área de negócio com serviços pagos. Seguiu-se o Diário Digital, exclusivamente online, a funcionar 24 horas por dia. No ano 2000 lançaram-se nas aventuras digitais o grupo Media Capital, a RTP e o grupo Lusomundo. Até ao final do ano ainda se registou a criação do Portugal Diário e o grupo Impresa reforçou a presença do Expresso e da Sic no mundo online.

Mas a crise não tardaria a chegar e ainda antes do final do ano 2000, os grandes jogadores do online que se foram formando começavam a demonstrar os pés de barro. O Diário Digital perdeu 11 elementos da redação e o Expresso Online um total de 17. O imaterial.tv vê as suas 4 dezenas de jornalistas sem receber ordenados e o Sindicato de Jornalistas, citado por Rodrigues, (2001:51, APUD, Hélder Bastos 2011), denuncia “a 'forma aventureira' com que alguns projetos são lançados e para a necessidade de regular o jornalismo 'online'”. Durante os dez anos que se seguiram o sentimento de crise manteve-se e espalhou-se um pouco por todas as redações do país. Hélder Bastos enumera os afetados: em 2003, o Diário de Notícias entra num período de contenção, a PT Multimédia procede à redução de custos e o Setúbal na Rede acumula dívidas de 50 mil euros ao final do ano (BONIXE, 2003. APUD Hélder Bastos, 2011). Nem os sinais positivos que o ano de 2006 começou a oferecer e que Hélder identifica como “um aumento da penetração da Internet em Portugal, e paralelamente, do número de visitantes de sites noticiosos” foram o suficiente para combater “a falta de investimento e o conservadorismo das empresas e dos jornalistas” o que resultou na “generalidade dos investidores a desinteressarem-se pelo ciberjornalismo”. Em 2009, o *24 Horas* e o *Global Notícias* fecham as portas e o semanário *Expresso* perde 15 dos seus funcionários.

Bastos termina o seu artigo com uma nota que “não deixa margem para regozijo” com os *media* portugueses ao terem falhado em realizar a visão de Pavlik de uma produção própria que faria uso das potencialidades e características próprias do novo meio, em vez disso “as versões *online* dos *media* tradicionais portugueses reproduziram, quase sempre, conteúdos e modelos decalcados das edições tradicionais.

O *shovelware* misturado com 'últimas notícias', muitas vezes produzidas por agência de informação, fez escola no ciberjornalismo português” (Bastos, 2011: 14).

3.2. “Ciberjornalismo”, uma indefinição internacional?

Até agora fomos confrontados com uma série de vocábulos que se prestam a designar o que podemos entender genericamente pelo ato fazer jornalismo utilizando a Internet como meio e suporte. José Luís Orihuela reconhece a pertinência da questão e aponta a data de 1996 para a origem da discussão (pelo menos em Espanha): “En los últimos años han surgido diferentes denominaciones para este fenómeno, desde el primigenio “periodismo electrónico (término empleado por Armañanzas, Díaz Noci y Meso en el primer libro español sobre el asunto, publicado en el año de 1996)” (APUD Salaverría, 2005: 39 a 40).

À semelhança de outros autores portugueses Hélder Bastos (2005, 2010, 2011, 2013), Zamith (2005, 2008, 2011, 2012)⁵, Canavilhas (2005) e, mais recentemente, por Pedro Jerónimo (2013) vamos adoptar a definição de “**ciberjornalismo**” de Díaz Noci y Salaverría, aceite por José Luis Orihuela e apoiada por Zamith (2011: 43) como “aquella especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy especialmente, la difusión de contenidos periodísticos” (Salaverría e Noci, 2003:17 APUD Salaverría, 2005: 40). Pedro Jerónimo destaca também a importância da universalidade do termo “ciberjornalismo” para o círculo académico de investigadores portugueses que oferece o nome ao ObCiber- Observatório de Ciberjornalismo. Não só, mas “ciberjornalismo” é também termo corrente na denominação de unidades curriculares universitárias, como é caso do “Seminário de Ciberjornalismo” na Faculdade de Letras da Universidade do Porto e o Atelier de Ciberjornalismo na Faculdade de Ciência Sociais e Humanas da Universidade Nova de

5 Em “The cyberjournal as a teaching tool: from technique to practice” (2004), os autores fazem uso das duas expressões “cyberjournalism” e “online journalism” ao longo do texto, equiparando-os a sinónimos entre si, leia-se: “Since the first year of the course, students have contact with online journalism and cyberjournalism”. E recorde-se o leitor que ambas as expressões surgem enquanto “keywords” antes do início do texto. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zamith-fernando-cyberjournal-teaching-tool.pdf>. Um ano antes, em 2003, no artigo “Blog-jornais: As experiências da Universidade do Porto” Zamith demonstra o quão nova esta discussão era ao não distinguir as noções de “webjornal”, “jornal digital” e “ciberjornal”, equiparando-os, portanto. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zamith-fernando-blog-jornais.pdf>

Lisboa. Já no nosso país vizinho, em Espanha, “between 1995 and 1996, the first universities that opted to create subjects dealing with cyberjournalism were those of Navarre, the Basque Country and the Pompeu Fabra of Barcelona” com a unidade curricular lecionada por Maria Luque com o nome de “Technology of Printed Media” (Noci, 2006:26), em 1998 o mundo académico espanhol registou a criação da “cadeira” intitulada “El periodismo y las nuevas tecnologías” e em 2002 o prefixo *cyber* aparece pela primeira vez na unidade curricular de “Technology of Cybernetic Journalistic News” em Sevilha. No mesmo ano, no país Basco “two departments teach two optional subjects in the final course: Cyberjournalism [...] and Design and electronic journalism” (Noci, 2006: 26).

Outros termos subsistem e não são necessariamente contraditórios e por norma os autores não lhe negam a validade, sofrendo, portanto, mais por falta de uso nos meios académicos que por irregularidades científicas ou etimológicas. Veja-se: jornalismo online, jornalismo digital, jornalismo eletrónico, jornalismo em rede, jornalismo multimédia ou jornalismo hipermédia.

Zamith em 2015, concordou com Bastos (2012) quando remeteu para outra questão importante na discussão ao afirmar que o prefixo “ciber” é transitório, tais como todos os outros já mencionados: “a convergência dos média tenderá a conduzir-nos a uma hibridização de formatos, de práticas e de narrativas (Bastos, 2012) que poderão tornar o prefixo 'ciber' desnecessário. O que importa, realmente, é o conceito base: jornalismo. Transitória e operativamente, utilizamos o conceito ciberjornalismo para classificar e distinguir o jornalismo que se faz na Internet e/ou que é difundido na Internet” (Zamith, 2015:74)

Online Journalism, por sua vez, é a denominação mais corrente nos círculos académicos dos países anglo-saxónicos, com Jim Hall, em 2001, a negar os prefixos “ciber” e “virtual”, desacreditando-os como anacronísticos e de conotação utópica: “The story of news journalism's encounter with the World Wide Web. It conspicuously avoids words such as 'cyberspace' and 'virtuality' and the arguments, which already look anachronistic, around their implicit techno-utopias and dystopias” (Hall, 2001: 1). Ainda antes do novo milénio Mark Deuze (1999: 3) anunciava a dificuldade de definir o termo: “The debate on definition is an endless one” mas define como “online journalist”

aquele que é “first and fore most, a journalist, which means that any definition of this communicator should follow the guidelines as chosen for the profession as a whole. Here a journalist is seen as a media professional, earning at least half of his or her monthly income as a journalist, working in the context of a newsroom or editorial board within a media organization and performing at least one of the for selected journalistic 'core' activities: News gathering/ research, selection, writing/processing, editing” (Deuze, 1999: 3).

Em 2011, Paul Bradshaw e Liisa Rohumaa afirmam: “We're all online journalists now. Whether we work for a newspaper, a broadcaster or an online outlet, our stories, pictures, audio and video appear online and what started out in print becomes archived on the web- from ink to hyperlink”⁶ (2011: 2). Não obstante a frase anterior, o termo “online journalism” não surge constante ao longo do livro e os autores chegam mesmo a referir-se à utilização de som e outros formatos na web como jornalismo multimédia: “Podcasts and audio clips on the web are new story-telling techniques which add another dimension to multimedia journalism” (Ibid.: 102). Em concordância com Paul e Liisa, estão também Cecilia Friend e Jane B. Singer com “Online Journalism Ethics, Traditions and Transitions” (2007) ao utilizarem múltiplas vezes a expressão “Online journalists” e Karin Wahl-Jorgensen e Thomas Hanitzsch em “The Handbook of journalism studies” (2009) ao fazerem uso constante da mesma expressão e referindo-se aos autores presentes na obra como especialistas em “online journalism”. No entanto, não se referem à utilização dos novos formatos como “multimedia journalism” mas sim como elementos multimédia a serem utilizados pelos jornalistas do mundo online “These findings suggest that the somewhat limited use of 'converged' multimedia and interactive options in online journalism may be an economically and socially sensible choice [...]” (Ibid.: 137). O termo “online journalism” também dá o nome à reconhecida revista “Online Journalism Review” que, curiosamente se descreve como “focusing on the future of digital journalism”, fazendo uso dos dois termos que, como os autores parecem estar de acordo, não se demonstram contraditórios nem inválidos.

6 Nesta tese é citada a reimpressão de 2013, mas a frase original data do ano 2011. BRADSHAW, Paul e ROHUMAA, Lisa- The online journalism handbook, skills to survive and thrive in the digital age. Routledge, Londres, 2013. pág. 2

Não obstante o sentimento de universalidade que se sente na comunidade académica pela utilização dos vários termos, partilhamos da preocupação de Diaz Nocí (2001:43, APUD José Luis Orihuela, 2005) de que “la generalización en el espacio anglo-sajón del equivalente *cyberjournalism*, facilitaría el empleo de una palabra común a investigadores latinos y anglosajones, amén de definir con un solo vocablo el fenómeno de los nuevos medios”. Mas em gesto de boa fé com os nossos colegas anglo-saxões também não podemos deixar de simpatizar com a posição mutualista de Mark Deuze quando afirma que “any definition is valid, as long as its purpose and working are supported by a clear-cut argumentation. A definition within a research project covering professional developments should be a functional one- one that works and preferably works over time” (Deuze, 1999: 3).

3.3. O “Ciber” no jornalismo- Admirável mundo novo de diferenças e potencialidades

O rápido desenvolvimento do ciberjornalismo deve-se, de acordo com Valarce e Marcos (APUD Bastos, 2011: 21), a quatro grandes fatores. O primeiro, de ordem estrutural, via no mundo online uma forma nova e interessante de divulgar informação que muitas das vezes não chegaria ao jornal bem como permitia diversificar a informação em oferta. O segundo destes fatores relaciona-se com, em primeiro lugar, a receção do novo meio com um misto de sentimentos que oscila entre o medo e a esperança no novo meio. Segue-se a dificuldade de algumas empresas em aplicarem os seus conteúdos em videotexto na década que antecedeu e, por fim, quarto e último, a necessidade de estar na rede não teve uma “justificação empresarial verdadeiramente sólida” (Ibid.: 21). Foi uma altura de uma verdadeira “euforia comedida” (Huesca, 2002 APUD Bastos, 2011: 21), Euforia de pouca dura que viria a conhecer o seu fim no começo do novo milénio, com o rebentar da bolha tecnológica, que foi seguido de um processo de despedimentos e término dos mais variados projetos que viram os seus investimentos findar sem qualquer retorno.

Muito se falou sobre potencialidades e características (por vezes sinónimos) do ciberjornalismo e nenhum autor nacional as estudou tanto como Fernando Zamith que desenvolveu um quadro de análise para as mesmas tendo por bases os trabalhos de Javier Díaz Noci e Ramón Salaverría aos quais acrescentou um contributo próprio, tendo elevado o número de características a ter em conta de 4 para 7, ao adicionar a “Ubiquidade”, a “Memória” e a “Personalização” à “Hipertextualidade”, “Multimedialidade”, “Interatividade” e “Instantaneidade” (Zamith, 2011: 26). Resumimos estas potencialidade brevemente, nos pontos que se seguem, segundo o autor português. Usamos a obra do autor português para abordar, de seguida, estas potencialidades.

Interatividade- enquanto o “processo de fazer coisas e resolver problemas em conjunto” (Tim Berners-Lee, 2005:6 APUD Zamith, 2008). Zamith refere-se a esta característica não enquanto uma relação estabelecida entre o homem e máquina mas antes a uma “interação humana (entre dois ou mais seres humanos) potenciada pela máquina e não apenas pela reação do homem ao que outro lhe oferece, por intermédio da tecnologia.” (Zamith, 2008: 27). Leitores e jornalistas podem interagir através do computador num sentido bidirecional (e é neste sentido que Zamith a entende para o seu trabalho, colocando-a em oposição com a “interatividade de transmissão”, “interatividade de consulta” e “interatividade de registo”), e os mesmos acabam por se tornar “parte integrante da notícia, à medida que esta evolui” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 24 APUD Zamith, 2008: 27).

Hipertextualidade- Salaverría (2005:30), citado por Zamith (2008:32) “define hipertextualidade [na Internet] como 'a capacidade de interligar vários textos digitais entre si'”. O hipertexto, no ambiente do ciberjornalismo vai assumir mais a figura de conexão e de associação.

Multimedialidade- é a capacidade “outorgada pelo suporte digital de combinar numa só mensagem pelo menos dois dos três seguintes elementos: texto, imagem e som” (Salaverría, 2005:32 APUD Zamith, 2008:33). Existe também a possibilidade de associar a já mencionada hipertextualidade aos componente multimédia, denominada de “hipermédia”, que o autor português descreve como “uma muito interessante

potencialidade jornalística, por permitir a criação de uma narrativa mais rica e mais contextualizada” (Zamith, 2008:33).

Instantaneidade- O imediato é, não só uma potencialidade como uma das características definidoras do que é ciberjornalismo, definida como “a capacidade de publicar instantaneamente qualquer conteúdo jornalístico” (Zamith, 2008:34). A possibilidade de publicação imediata na Internet alargou a liberdade de divulgação de informação e não mais os jornalistas tem de esperar pelas horas do noticiário televisivo, pela emissão radiofónica ou pela impressão do jornal. As notícias podem ser dadas em tempo real, de forma imediata e com atualizações constantes através da Internet.

Ubiquidade- A ubiquidade do meio permite a divulgação a nível global e universal dos conteúdos produzidos pelos jornalistas (e não só) (daí a aceitação de outras definições semelhantes como *universalidade* ou *transnacionalidade* (Valcarce e Marcos, 2004:104-106 APUD Zamith, 2008: 35). Esta nova característica veio retirar, unilateralmente, as limitações geográficas dos média tradicionais, embora a televisão e a rádio estejam limitadas às frequências de transmissão e o jornal impresso ao alcance geográfico da sua publicação, o mesmo não acontece com o que é publicado na Internet que pode ser consultado em qualquer parte do mundo, a qualquer hora, em qualquer lugar, e “alguns cibermeios já perceberam o potencial desta característica da Internet, fornecendo conteúdos em mais do que uma língua” (Zamith, 2008:36).

Memória- “Deus perdoa, mas a Internet não”, “Uma vez na Internet, para sempre na Internet” são frases que se dizem frequentemente, às vezes na brincadeira que nos recordam não só da ubiquidade da Internet mas da sua memória e capacidade de armazenamento de conteúdos virtualmente infindável. Palacios et.al. (2002: 4-5 APUD Zamith, 2008:36) observam a Internet como estando livre das “limitações anteriores de tempo e espaço, o jornalismo tem a sua primeira forma de memória múltipla, instantânea e cumulativa”.

Personalização- “Consiste em alterar a configuração genérica de um sítio web de acordo com os critérios especificados por um usuário”, de acordo com López, Gago & Pereira (2003: 224 APUD Zamith, 2008, 38). Uma característica valorizada muito por teóricos como Pavlik (2001), tem vindo a ganhar adeptos constantes no universo dos cibermeios.

3.4. O jornalismo e o ciberjornalista

Procurar uma definição para jornalismo e jornalistas, pelo menos do ponto de vista teórico e académico que seja capaz de comportar todas as suas vertentes- enquanto missão, para o primeiro, e profissão para o segundo- é uma tarefa complicada que conta com décadas de discussão. Mas esta temática projeta-se mais além dos círculos eruditos das universidades e marca presença, pelo menos no caso português, na própria legislação, onde a atividade do jornalista se encontra bem estabelecida e limitada dentro dos trâmites legais respetivos. Desta forma, para tentarmos definir jornalismo e jornalistas, acordamos numa discussão semelhante à de E. Ugland e Henderson (2007 APUD, Werkers et.all, 2008). Os autores entendem que para definir jornalista são necessários dois domínios diferentes: o legal e o da ética profissional (Werkers et.all, 2008:2) que se encontram sobrepostos grande parte das vezes.

“O que é jornalismo?” é uma questão comum debatida em mil e um livros e artigos, ainda assim torna-se relevante fazer uma pequena menção a algumas das definições apresentadas e defendidas por alguns autores de relevo.

Zamith (2008), opta pela simples (mas complexa) definição de Kovach e Rosenthal (2004: 9), uma formulação que surgiu após anos de trabalho com o futuro “Committee of Concerned Journalists” que, preocupados com a ideia de que o jornalismo estava a perder parte da sua identidade (Recorde-se que Bastos, 2012, partilha de uma posição semelhante no que respeita aos pilares que alicerçam a ideologia do jornalista), então definiram a atividade como tendo “a finalidade do jornalismo é fornecer às pessoas a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (Kovach e Rosenstiel, 2004 APUD Zamith, 2008)

Deuze, por sua vez, em 2005 adianta que, tentar teorizar jornalismo “means understanding journalism in terms of how journalists give meaning to their newswork”, concluindo parágrafo com a ideia de que “journalists across genres and media types invoke more or less the same ideal-typical value system when discussing and reflecting on the work (Van Zoonen, 1998)” (Deuze, 2005).

Nelson Traquina (2001: 28; 2002: 95, APUD Isabel Ferin Cunha, Ana Cabrera e Jorge Sousa, 2012:83) defende que o jornalista não é um observador e descritor passivo dos acontecimentos que o rodeiam e os quais trabalha mas sim “participantes ativos na construção da realidade graças a elementos como sejam a intervenção de uma linguagem que nunca se afigura neutral ou inocente, aos aspetos organizativos e orçamentais que intervêm na representação dos acontecimentos ou ainda, ao modo como os jornalistas dispõem de uma rede noticiosa graças à qual procuram obstar à imprevisibilidade dos acontecimentos”, disputando as ideias (e mitos) de que o jornalista age quase como uma máquina, “fotografando” a realidade e dispondo a mesma sem qualquer alterações ou juízos de valor, um produto isento de ideias próprias. Uma ideia nobre, de facto, mas impossível pois todo o trabalho realizado reflete, de uma forma ou outra o conhecimento do jornalista sobre os temas que aborda e a maneira como estruturam e fazem difundir o seu trabalho. A mesma peça pode ser trabalhada (e por consequência interpretada) de forma diferente consoante o meio de divulgação da mesma, ou notícia é, portanto, uma “construção” da realidade e não uma representação totalmente exata da mesma (Traquina, 2001, 2005, 2008; Mauro Wolf, 2010; Pena, 2010 APUD Castro, 2012:7).

Então, o que envolve “ser jornalista” para a lei portuguesa? De acordo com o nº1 do artigo 1º do Estatuto do Jornalista: “Por atividade jornalística entende-se o exercício, com capacidade editorial, de funções de pesquisa, recolha, seleção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação, com fins informativos, pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por outro meio eletrónico de difusão”. Indispensável à realização da atividade de um ponto de vista legal encontra-se a emissão de uma carteira profissional (“É condição do exercício da profissão a habilitação com o respetivo título”, artigo 2.) atribuída de acordo com o artigo 4º do Regime de Organização e Funcionamento da CCPJ (Comissão da Carteira Profissional de Jornalista) e da Acreditação Profissional dos Jornalistas.

Das limitações legais estabelecidas pelo diploma no artigo 3, nº1 consideram incompatíveis com o exercício da profissão vamos destacar dois pontos que consideramos essenciais para a discussão: “ A) Funções de angariação, conceção ou

apresentação, através de texto, voz ou imagem, de mensagens publicitárias”, “B) Funções de marketing, relações públicas, assessoria de imprensa e consultoria em comunicação ou imagem, bem como de planificação, orientação e execução de estratégias comerciais”⁷.

Barbosa (2002) acredita que “num esquema de comunicação tradicional, de um para muitos, as funções do jornalista e do seu público estão claramente estabelecidas”, tal como se encontra em concordância com a legislação portuguesa que, não obstante as atualizações regulares à mesma, o decreto de lei original relativo ao Estatuto do Jornalista data de 1999, num momento em que o ciberjornalismo se encontrava num momento de insipiência. Dessa forma já em 2002 Barbosa apontava para possíveis mudanças num ambiente em rede em que todos se dirigem para todos e não mais o jornalista é um que se dirige para muitos, característica típica dos meios de difusão jornalísticos até então (Imprensa, Rádio e Televisão). A autora adianta que “no ambiente do jornalismo online, em que os leitores têm acesso, por vezes, às mesmas fontes de informação que os jornalistas e, facilmente, podem publicar na rede assumindo-se até como jornalistas”. Isto, é, em simples termos, com o advento do ambiente online os jornalistas viram desbastar consideravelmente a sua posição enquanto gatekeepers e já em 1997, Jane Singer (APUD Barbosa, 2002:3-4) concluía, que uma parte considerável do jornalistas envolvidos no estudo “Still Guarding the gate? The Newspaper journalist's role in an online World” que a sua função deixou de ser necessariamente a de selecionar a informação mas sim, agora servem antes como “interpretes e controladores da qualidade do que é publicado. Ou seja, a função do jornalista como gatekeepers não desaparece mas transforma-se”. (Barbosa, 2002:4). Mais radical são E. Wearkers et.all (2008:1) ao adiantarem que “although not all publishers of information on the Internet are journalists, professional journalists have

7 O Artigo 3º, nº1 do Estatuto do Jornalista também proíbe funções de serviços de informação para qualquer organismo de segurança ou corporação policial, considera incompatível com a profissão o exercício do serviço militar e funções enquanto titulares de órgãos de soberania e de outros cargos políticos bem como o exercer de funções de assessoria e funções executivas, em regime de permanência, a tempo inteiro ou a meio tempo, em órgão autárquico. Se o leitor estiver interessado em explorar o universo legal português do jornalismo sugerimos a consulta de 4 documentos na íntegra que poderão ajudar a entender melhor a função, os seus direitos e deveres. Estes são: O Estatuto do Jornalista (Lei nº1/99 de 13 de Janeiro); a Lei de Imprensa (Lei nº2/99 de 13 de Janeiro); o Estatuto da Imprensa Regional (Decreto-Lei n.º 106/88) e o Regulamento da Carteira Profissional de Jornalista (Decreto-Lei n.º 305/97 de 11 de Novembro).

definitely- and definitely- lost their monopoly as gatekeepers”. Desta forma, e ainda que claramente possuindo uma perspectiva que se liberta do longo braço da lei que disciplina o jornalismo em Portugal, os autores adiantam que se torna cada vez mais difícil definir o quem é o “jornalista” e advogam a necessidade de um debate internacional para se tentar chegar a uma definição legal da profissão e estabelecer até que ponto o “jornalista cidadão” pode, ou não, exigir os mesmos direitos que até então tinham sido exclusivos do jornalista profissional. Não nos vamos alongar aqui sobre a temática do “jornalista cidadão” dada não ser essa a ênfase da nossa discussão.

De regresso à questão do “Gatekeeping”, Hélder Bastos, Helena Lima e Nuno Moutinho lançaram-se à descoberta da influência da Internet no jornalismo em Portugal adiantando que “there is no doubt that the rise of the Internet as a technological innovation has influenced the profession” (Bastos et. All, 2008: 1) e levantam a questão “Do journalists rate positively the changes brought by the Internet on their traditional profile, especially on the gatekeeper, investigative, and disseminative functions?”. Além de concluírem que os jornalistas valorizam, sobretudo, a importância do email pessoal, dos motores de busca e outros sites de informação para procurar documentação estatal e material para investigação- em concordância com Deuze (1999) e Salaverría (2005, APUD García et.all 2015)- os investigadores portugueses adiantaram também, relativamente à percepção que os jornalistas possuem em relação à sua posição enquanto gatekeepers, que esta é uma mudança recebida com uma atitude “fortemente positiva”, desvalorizando a figura do “jornalista cidadão”, não o percecionando enquanto uma ameaça séria para o jornalismo profissional (Bastos, et. All, 2008: 9).

O autor desta tese é da opinião que equiparar o “cidadão jornalista” ao jornalista profissional só porque o primeiro possui um meio de distribuição de informação é o mesmo que comparar alguém com um kit de sobrevivência a um médico ou alguém com uma régua e um esquadro a um arquiteto. Esta visão não só contribui para a continua delapidação da imagem do jornalista enquanto profissional treinado e credível, possuidor de um know-how abastado e cada vez mais, com bases académicas, formados no ensino superior. E Zamith explorou, em 2014, as diferenças de qualidade entre o ciberjornalismo profissional e o amador e acabou concluindo, ainda que fazendo uma reserva à pequena amostra que utilizou como não sendo muito representativa ou

uma que permitisse a extrapolação de resultados que “o ciberjornalismo profissional aparenta ter melhor qualidade que o amador” (Zamith, 2014: 30).

Hélder Bastos (2008) procurou problematizar a figura do “ciberjornalista português” e desde logo adianta que se tem notado uma “crescente feminização das redações em geral. Não obstante, à semelhança do que acontece nestas, também nas redações online os cargos de chefia (diretor, editor, coordenador) são ocupados maioritariamente por homens” (Bastos, 2008: 4) com o escalão etário mais representativo localizado entre os 30 e os 35 anos, com a grande parte dos ciberjornalistas portugueses a situar-se entre os 25 e os 40 anos de idade e, da totalidade dos inquiridos, quase metade (47,8%) exercia o trabalho no ciberjornalismo a tempo inteiro entre os 6 e os 10 anos. O investigador nacional adianta um problema preocupante de perceção profissional dos jornalistas respondentes afirmando que “a maioria dos ciberjornalistas (76,9%) considera, por outro lado, que o seu trabalho é 'pouco valorizado' pela classe jornalística em geral, enquanto 13,8% acha que é mesmo 'nada valorizado'. Somente para 4,6% o trabalho é 'muito valorizado’” (Bastos, 2008: 6). Mas a perceção negativa não terminaria aí, não só os ciberjornalistas sentem o seu trabalho desvalorizado pelos colegas da própria profissão como também alargam essa imagem de negatividade à própria empresa para a qual trabalham, com 64,6% dos profissionais a responder que consideram o seu trabalho “pouco valorizado” e 7,7% “nada valorizado”.

Menos surpreendente talvez, dada a instantaneidade do meio digital é o facto de que 92,4% dos jornalistas consideraram que a vertente mais importante do seu trabalho seja o de “publicar informação o mais rápido possível”. Esta foi uma das características do ciberjornalismo que levaram ao que Hélder Bastos (2012) define como uma “diluição do jornalismo no ciberjornalismo” ao afirmar que “o trabalho de produção jornalística própria, isto é, levado a cabo pelo próprio ciberjornalista e assinado por si, estará entre as práticas mais diluídas na transição do jornalismo para o ciberjornalismo” pois concordando com Fortunati et.al (2009), Bastos afirma que “a internet introduziu uma nova geração de profissionais dedicado a preparar edições online, muitas vezes jovens e mal pagos. Com *deadlines* apertados, tendem a concentrar o trabalho em tarefas de copiar e colar em vez de escreverem artigos próprios” (Bastos, 2012: 2).

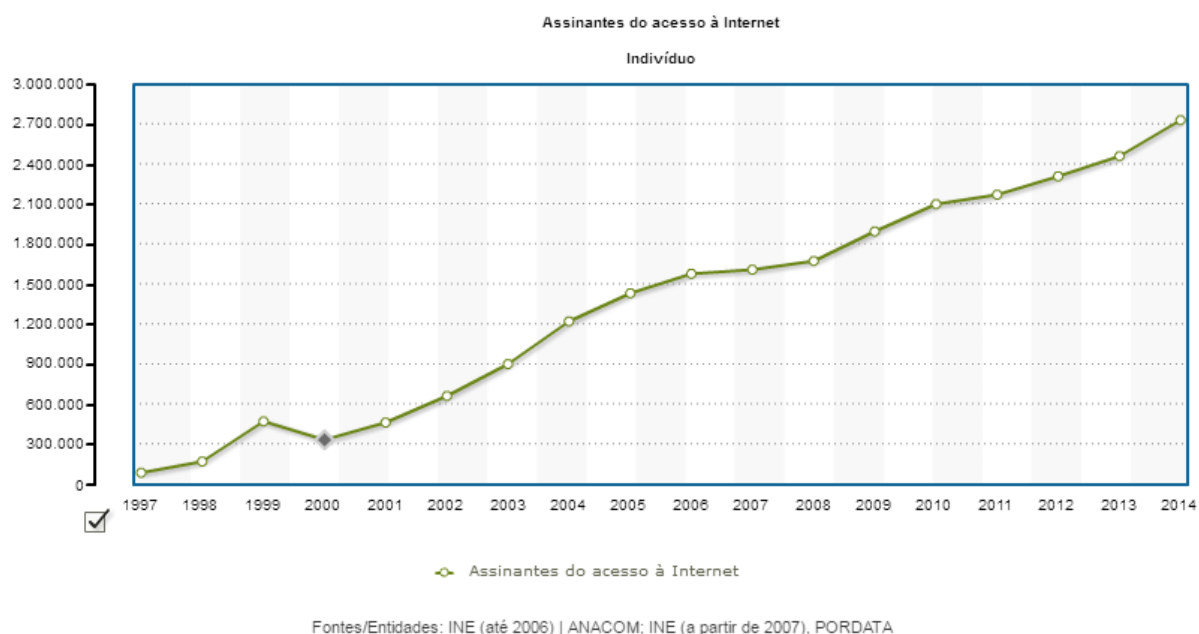
O mesmo autor vai adiantar ainda, no mesmo trabalho, que este apertar das datas limites para a realização de certas peças será um dos motivos para a erosão do “ideal da objetividade, constituinte clássico da identidade profissional dos jornalistas” (Bastos, 2012: 6) com a “proliferação de novas fontes de informação duvidosas num ambiente de competição veloz na Web”. Associando o meio (a Internet), à atitude (do ciberjornalista), à condicionante empresarial (o primeiro com o “furo noticioso” será, à priori, o que atrai mais visibilidade) temos de concordar com as conclusões de Bastos. Este ponto relaciona-se intimamente com a proposta de investigação que apresentamos no começo deste trabalho e com algumas das reflexões que realizarei adiante no meu relatório de estágio.

3.5. Tendências e audiências para o ciberjornalismo

Estar em rede é uma condição *sine qua non* para ter acesso à produção dos ciberjornais e, de acordo com a PORDATA (Base de Dados Portugal Contemporâneo) e com base nos estudos realizados pelo Instituto Nacional de Estatística⁸ em 2014 e atualizado em Fevereiro de 2016, os seus dados mais recentes, existem em Portugal cerca de 2,732,700 indivíduos com acesso assinatura num dos serviços de distribuição digital enquanto que, em 1997, este parâmetro totalizava apenas 88,670. Para encontrar valores para o ano de 1995 fomos-nos socorrer do “Digital Media Portugal” (ERC, 2015) que nos revelou a existência de “pouco mais de 10 mil clientes” com acesso à Internet. Ora, os números apresentados em 2014 aparecem-nos como “enganadores”, aparentando que, num país com uma população superior a 10 milhões de habitantes, então apenas pouco mais de 25% teria acesso à Internet, o que não é necessariamente verdade pois, se analisarmos um agregado familiar composto por 4 pessoas, digamos, pai, mãe e 2 filhos, apenas é necessário que um dos indivíduos seja titular do contrato para que os outros 3 tenham acesso à rede em igual medida, mas apresento-os pois é uma dos poucos quadros com dados que nos permitem ter uma ideia geral da evolução do acesso à Internet, quase desde o momento do surgimento do ciberjornalismo em

8 Disponível em URL: <http://www.pordata.pt/Portugal/Assinantes+do+acesso+%C3%A0+Internet-2093> [Consultado em: 19/05/2016]. Deixamos aqui a hiperligação para o website da PORDATA na esperança de que o leitor ache interessante explorar os vários parâmetros disponíveis pela base de dados.

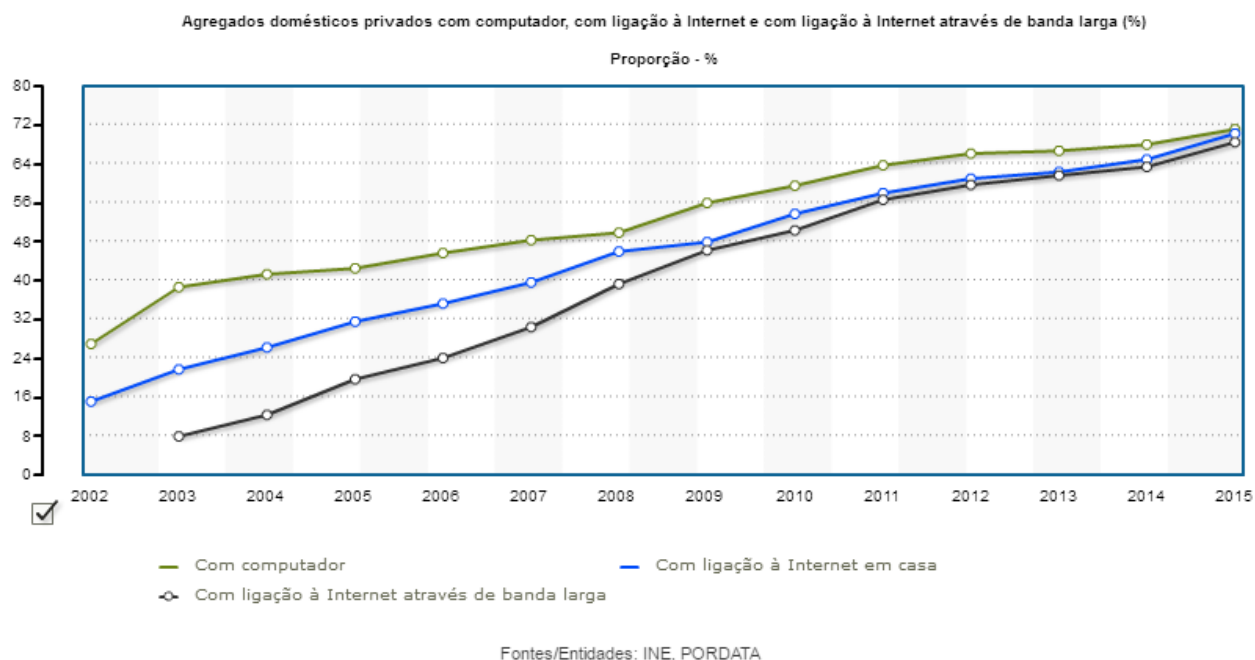
Portugal, pecando apenas pela não existência dos dados de subscrição nos anos de 1995 e 1996.



Para complementar estes números apresentamos outro estudo realizado pelo INE/PORDATA, com a sua última atualização em Novembro de 2015⁹ que apresenta os seguintes números para o último ano estudado: Dos agregados domésticos privados em Portugal, 71,1% possuem, pelo menos, um computador, um aumento que quase duplicou desde há 10 anos quando, em 2005, apenas 42,5% tinham um. Se em 2005 apenas 31,5% tinham uma ligação à Internet, em 2015 este parâmetro totalizava já os 70,2%. Mas dos três indicadores expostos, o que denotou uma evolução mais acentuada aquele que nos revela a proporção de agregados domésticos privados com ligação à Internet através de banda larga: em 2005 este número era de 19,7%, para um total de 42,5% agregados com computadores. Em 2015, o diferencial reduziu de forma extrema, contando agora com 68,5% de agregados com ligação através de banda larga para 71,1% de agregados com computadores. Embora estejamos cientes que os valores apresentados em 2015 sejam muito parecidos e não queremos aqui afirmar que nesta

9 Disponível em URL: [http://www.pordata.pt/Portugal/Agregados+dom%C3%A9sticos+privados+com+computador++com+liga%C3%A7%C3%A3o+%C3%A0+Internet+e+com+liga%C3%A7%C3%A3o+%C3%A0+Internet+atrav%C3%A9s+de+banda+larga+\(percentagem\)-1158](http://www.pordata.pt/Portugal/Agregados+dom%C3%A9sticos+privados+com+computador++com+liga%C3%A7%C3%A3o+%C3%A0+Internet+e+com+liga%C3%A7%C3%A3o+%C3%A0+Internet+atrav%C3%A9s+de+banda+larga+(percentagem)-1158) [Consultado em: 19/05/2016].

correlação exista qualquer causalidade entre os três parâmetros, concluiu-se que o aumento da presença de um computador em casa coincide com o incremento da banda larga nos agregados domésticos portugueses.



Das faixas etárias que fazem uso do acesso à Internet, a PORDATA/INE (Dezembro de 2015)¹⁰ demonstram uma grande predominância de 3 faixas: A dos jovens entre os 16 aos 24 com um total impressionante de 99,3%, seguida dos jovens adultos entre os 25 e os 34 anos com 94,9% e dos 35 aos 44 com 87,5%. Relegadas para os últimos lugares estão as faixas etárias mais avançadas com 64,6% dos possuem entre 45 a 54 anos, seguidos pelos 55-64 com 42,0% e por fim, dos 65 aos 74 com apenas 27,2%.

Ainda que os dados do INE e da PORDATA demonstrem um contínuo crescimento do acesso à Internet e da utilização do computador, o estudo “Públicos e Consumos de Média- O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países” avança que, embora 7 em cada 10 portugueses (os dados do INE/PORDATA e da ERC parecem coincidir em praticamente tudo) façam uso da

¹⁰ Disponível em URL: <http://www.pordata.pt/Portugal/Indiv%C3%ADduos+com+16+e+mais+anos+que+utilizam+computador+e+Internet+em+percentagem+do+total+de+indiv%C3%ADduos+por+grupo+et%C3%A1rio-1139> [Consultado em: 19/05/2016].

Internet, este “valor fica muito aquém do que se verifica em países como a Dinamarca (90%), a Finlândia (89%) ou o Reino Unido (84%)” (ERC, 2015: 7). Parece que, também, procurar notícias online não aparenta ser a prioridade dos portugueses: “Enviar e receber *emails* (92%), utilizar as redes sociais (88%) e contactar amigos (72%) são as três principais atividades realizadas pelos portugueses na Internet” (ERC, 2015). Felizmente, o panorama não é muito negativo, mas também não deixa margem para muito regozijo: “a frequência de consulta de notícias em meios *offline* (televisão, rádio e jornais) é superior à utilização de meios *online*. A grande maioria de utilizadores de Internet consulta notícias em meios *offline* 'várias vezes por dia' (43%) e/ou 'uma vez por dia' (30%). A frequência de consulta de notícias em meios *online* é um pouco mais reduzida, embora a maioria dos entrevistados se revele consumidor frequente de notícias *online*: um em cada cinco dos inquiridos consulta notícias *online* 'uma vez por dia' (21%) e cerca de um terço dos inquiridos fá-lo 'várias vezes por dia' (33%)” (ERC, 2015:7). O estudo observou que “a primeira conclusão que podemos retirar é que os média tradicionais, sobretudo a televisão, continuam a constituir-se como os principais meios de informação dos consumidores de notícias portugueses” (Ibid.: 7). E embora seja possível avançar a ideia de que pouco mudou no que diz respeito nas preferências que os portugueses possuem no acesso aos *media tradicionais*, com a televisão em primeiro lugar, seguida dos jornais em terceiro e da rádio em quarto, é importante deixar claro que “os dados que resultam da influência do digital, emerge uma realidade diferente. O papel das redes sociais nos processos de circulação e difusão de notícias vem revelar-se como um dos dados mais expressivos do efeitos disruptivo operado pelo digital. Mais de três em cada cinco inquiridos utilizam os média sociais enquanto recurso noticiosos (66%). Isto é: as redes sociais surgem, neste contexto, como o segundo meio de consulta de notícias mais importante, a seguir aos programas televisivos de notícias e ligeiramente à frente dos jornais impressos” (Ibid.:7-8). Já em 2014, Amy Mitchell, Jeffrey Gottfried, Jocelyn Kiley e Katerina Matsa demonstraram como o Facebook se tem destacado como uma “top source” nos Estados Unidos entre aqueles que procuram notícias (no caso do seu estudo, mais concretamente, notícias ligadas à política) com 48% dos utilizadores a utilizarem a rede social enquanto fonte de informação (2014). Os mesmos autores, em 2013, tinham também concluído que 64%

dos adultos norte-americanos se possuíam contas no Facebook e que 30% consumiam notícias do mesmo. No entanto, do universo dos inquiridos que consomem notícias através da *social media*, apenas 22% acham que o Facebook é uma boa ferramenta para encontrar produção noticiosa, enquanto que os outros 78% dão de caras com ela por outros motivos. Embora o estudo realizado pela ERC tenha destacado a importância (e a mesma é indubitável na opinião deste autor) da *social media* para a obtenção de notícias, o estudo realizado pelos investigadores americanos (ainda que limitado à realidade norte-americana) acrescenta um ponto importante: “News consumption on Facebook does not replace other activities. Those who consume news on Facebook are more active on the site than other users by nearly every measure. Fully 77% are driven to the platform to see what friends are up to (compared with 60% of other Facebook users), 49% go to chat with friends and family (versus 29%) and 26% go to post personal updates (versus 9%). In addition, almost two-thirds (65%) of those who get news on Facebook visit the site several times a day, compared with about three-in-ten (29%) other Facebook users”. (Amy Mitchell et.al, 2013).

Ninguém estava à espera que, quando a 17 de Fevereiro de 2004, o *The New York Times* publicasse uma foto retirada por um telemóvel estivesse a dar (ainda que inconscientemente) um dos primeiros passos para a transformação do ambiente jornalístico para a década que se seguia, agora “a mere half decade later, the mobile phone is being use as a newsgathering tool [...]” (Quinn, 2009:7). O ponto seguinte que o estudo em questão levanta vai relacionar-se diretamente com a segunda metade deste capítulo, as tendências e uma de destaque é a importância crescente do *mobile*¹¹, com “os sítios noticiosos na Internet e as aplicações de jornais são, igualmente, recursos utilizados por uma ampla maioria (54%), registando um resultado superior ao dos canais temáticos de notícias (46%) e ao dos designados *pure players*, como os portais de notícias, os agregadores de notícias e outros agentes noticiosos *online* (30%)” (ERC,

11 Para uma definição de dispositivos móveis, optamos por aquela que nos é dada por Tatiana Burgos em “Design de sites web mobiles e de softwares aplicativos para jornalismo digital em base de dados” (in “Notícias e mobilidade- Jornalismo na era dos dispositivos móveis”): “Definimos o aspecto móvel como o ecossistema formado por dispositivos computacionais de pequeno porte (assistentes digitais pessoais, telefones celulares, smartphones e tablets), com propriedades de computação ubíqua; capazes de serem utilizados em movimento, por meio de redes de transmissão e recepção de dados sem fio; para acesso a interfaces multimodais, as quais permitem estabelecer interações entre tecnologias, práticas sociais e objetivos de comunicação adaptados aos requisitos humanos de usabilidade e ergonomia”. Pág.320.

2015: 8). Vamos também adiantar aqui os seguintes valores para o número de “assinantes/ equipamentos de utilizadores do serviço móvel em Portugal” observados pelo INE/PORDATA. Com uma população de pouco mais de 10 milhões, em 2014, Portugal registava 18,937,597 assinantes de serviço móvel¹².

Mas esta dinâmica está longe de ser uma exclusividade portuguesa, Amy Mitchell em “State of News Media 2015” começa mesmo por afirmar sem hesitação “Call it a mobile majority. At the start of 2015, 39 of the top 50 digital news websites have more traffic to their sites and associated applications coming from mobile devices than from desktop computers, according to Pew Research Center’s analysis of comScore data” (Mitchel *et all*, 2015: 4). E bem, Tom Rosenstiel, Diretor do American Press Institute, não se enganou quando afirmou, em 2013, numa Ted Talk¹³ que eventualmente o mercado dos *smartphones* e dos *mobile devices* acabaria por tomar conta do mundo ciberjornalístico. A predominância do *mobile* no ambiente digital noticioso começa a ser um fator de extrema importância, e, acima de tudo, é necessário levar em conta o quão recente esta tendência é- “The year [2014] also brought more evidence than ever that news is a part of the explosion of social media and mobile devices, and in a way that could offer opportunity to reach more people with news than ever before.” (Ibid.: 2). Numa questão de curtos anos desde o advento e da massificação dos *smartphones* veio marcar uma transição no que diz respeito ao consumo noticioso. Em todos estes sites, o *mobile* é o líder e, o relatório de 2014 já antevia este crescimento: “Social and mobile developments are doing more than bringing consumers into the process – they are also changing the dynamics of the process itself. New survey data released here find that half (50%) of social network users share or repost news stories, images or videos while nearly as many (46%) discuss news issues or events on social network sites. And with broader mobile adoption, citizens are playing important eyewitness roles around news events such as the Boston bombing and the Ukrainian uprising.”(Ibid.: 5). Mas talvez, mais importante ainda seja a capacidade de atingir uma audiência maior que o consumo de notícias nos *smartphones* proporciona: “On social

12 Disponível em URL: <http://www.pordata.pt/Portugal/Assinantes++equipamentos+de+utilizadores+do+servi%C3%A7o+m%C3%B3vel-1180> [Consultado em: 19/05/2016].

13 Disponível na íntegra em URL: https://www.youtube.com/watch?v=RuBE_dp900Y [Consultado em: 19/05/2016].

sites and even many of the new digital-only sites, news is mixed in with all other kinds of content – people bump into it when they are there doing other things. This bumping into means there may be opportunity for news to reach people who might otherwise have missed it, but less of that may be in the hands of news organizations” (Mitchell *et al*, 2014: 5 a 6). De facto, é possível observar que os leitores que consomem em *mobile* e em *desktop* possuem durações de estadia diferentes nos websites noticiosos. Em apenas 10 dos 50 websites noticiosos de topo os visitantes passam mais tempo no seu dispositivo móvel do que os visitantes que advêm de um computador de secretária. E esta, a meu ver, é a segunda grande tendência do consumo noticioso no meio digital, dessa forma, temos, então, um aumento do consumo de notícias através de plataformas móveis e uma redução do tempo que estes leitores passam a consumir notícias *online*. Acresça-se a isto o facto de os meios móveis e a difusão massiva das redes sociais terem conseguido amplexar todo o novo leque de leitores. Não só, o *mobile* tem-se tornado um dos grandes atores no que diz respeito às receitas publicitárias arrecadadas pelos meios de comunicação (dados do Pew Research Center, Mitchel *et al*, 2015: 19¹⁴): “Mobile ad spending alone increased 78% [2015] though that is a slow from the two years prior. Mobile ad spending now accounts for 37% of all digital ad spending, up from 25% in 2013”. No entanto, nem tudo é positivo para as empresas que produzem conteúdo jornalístico, dadas as tendências concluímos que uma boa porção dos leitores fazer uso das redes sociais como fonte para ir procurar as suas notícias: “While new relationships have been struck between news organizations and tech companies like Facebook, the tech companies till control more of the arrangement and reap most of the financial benefit” (Mitchell *et al*, 2015: 7).

O recente estudo de António Granado levado a cabo dentro do âmbito dos estudos realizados pela ERC também partilha desta opinião: “uma das mais importantes tendências do online durante o ano de 2015 foi o aumento do tráfego móvel que, na maioria dos principais sites portugueses, se encontra já um pouco acima dos 50 por cento. Num domingo deste segundo semestre, o site do Observador registou 72% de tráfego móvel, um recorde para aquele órgão de comunicação mas que demonstra uma tendência clara a que ninguém parece escapar.” (ERC, 2015: 66). O autor continua a

14 Disponível em URL: <http://www.journalism.org/files/2015/04/FINAL-STATE-OF-THE-NEWS-MEDIA1.pdf> [Consultado em: 19/05/2016].

apresentar números inéditos e impressionantes para a realidade nacional, destacando o Expresso, que em 2014, da totalidade do seu tráfego online, apenas 10% tinha origem do meio móvel e, “neste momento [...] já atingiu os 50 por cento” (Ibid.: 67). A RTP também marcou pontos ao registrar, em Agosto, um tráfego móvel de 60%. Foi graças a esta expansão “do ecossistema mobile, seus *softwares* aplicativos, web e dispositivos” que se “têm inserido novas práticas de consumo, leitura, intercâmbio e produção de dados e mídias que, conseqüentemente, são absorvidos pelo mercado editorial de jornais ao redor do globo.” (Burgos, 2013: 319)

A importância estratégica do *mobile* rapidamente se refletiu em alterações à apresentação dos sites. Os mesmos tornaram-se “mais simples [de navegar] e todos estão agora adaptados aos diversos ecrãs onde podem ser consultados” (Ibid.: 67)¹⁵ e alguns órgãos de comunicação (como a TVI, o Observador e o Público) decidiram atualizar também as suas *apps*, “um movimento claro no sentido da captação de tráfego móvel” (Ibid.: 67).

Em Portugal, Jerónimo identificava a utilização de aplicações móveis por parte de alguns média nacionais “'Público' (mobile.publico.pt), 'Jornal de Notícias' (m.jn.pt), 'i' (m.ionline.pt) e 'Expresso' (m.expresso.pt), as rádios 'TSF' (m.tsf.pt) e 'Rádio Renascença' (rr.pt/mobile), e as televisões 'RTP' (m.rtp.pt) e 'SIC' (m.sic.pt). Entretanto, também já é possível encontrar os jornais generalistas 'Diário de Notícias' (m.dn.pt), 'Correio da Manhã' (m.cmjornal.xl.pt) e 'Sol' (m.sol.pt) ou especializados 'A Bola' (m.abola.pt), 'Record' (m.record.xl.pt), 'O Jogo' (m.ojogo.pt) e 'Jornal de Negócios' (jornaldenegocios.pt/mobile) ou o canal 'TVI24' (m.tvi24.iol.pt)” (Jerónimo, 2013: 368).

Regressando agora à questão da relevância das redes sociais para o tráfego e a obtenção de notícias, António Granado apresenta-se com novos números e novas tendências, destacando que não mais importa evitar sobrecarregar as *timelines* dos seus leitores como se fazia há dois anos, agora é possível observar sites que “fazem posts nas suas páginas de Facebook de 15 em 15 minutos ou de 20 em 20, o que demonstra bem a importância que as redes sociais vêm adquirindo para o jornalismo. A percentagem de

¹⁵ À parte, destaque-se que o autor enumera as organizações cujos sites que sofreram mudanças no site: TVI; RTP; Visão; Expresso; TSF; Jornal de Negócios; Correio da Manhã; Diário de Notícias e espera-se, no futuro, a mudança do Jornal de Notícias. Isto é, pondo as coisas em “pratos limpos”, todos os grandes *players* do jornalismo nacional tiveram de adaptar os seus sites, de uma maneira ou outra, às exigências do mundo online.

tráfego enviada do Facebook para o site dos órgãos de comunicação social é, em alguns casos, superior a 40 por cento” (ERC, 2015: 67). O autor abre também um parêntesis para as restantes redes sociais que não sejam o Facebook mas afirma que estas são descartadas “como espaços de experimentação, normalmente geridos por um jornalista entusiasta dessa rede. Esta experimentação tem como objetivo principal procurar novos caminhos e novas abordagens” (Ibid.: 68). Em Portugal, destaca o autor, por fim, como última análise, a experimentação ainda se encontra longe do que se faz lá fora e a ideia de um *branded content* enquanto “uma forma de produção de anúncios que desafia as distinções convencionais entre um produto de marketing e um produto editorial” ainda não se encontra estabelecida (e o autor desta tese não duvida que, quando este tipo de conteúdo começar a ser mais omnipresente no espaço noticioso que se vão levantar ainda mais questões sobre a ética [ou a falta dela] no ciberjornalismo). Por fim, “os sites portugueses continuam a dar grande importância às *breaking news*, pois sabem que ser o primeiro pode ser absolutamente crucial na captação de audiências” (Ibid.: 72).

Uma outra questão que desejamos levantar antes de concluir este sub ponto é a ideia de uma produção jornalística própria com características únicas para o *mobile* com alguns *outlets* jornalísticos de relevo internacional como o *The Guardian* a fazer jornalismo personalizado para as suas apps. Entre 2008 e 2009 os jornais *Aftonbladet*, *Expressen* e *Goteborgs-Posten* já tinham dados os primeiros passos para contratar jornalistas “to work exclusively as mobile editors” (Westlund, 2013:15).

Westlund avança até uma tentativa de apontar as novas potencialidades dos meios móveis: “Mobile devices have enhanced the possibilities for journalists to work and report from the field. They can be used for news reporting for mobile news platforms but also for the entire cross-media portfolio. Internet connectivity and advanced search functionality, along with a myriad of intelligent and easily accessible apps, have obviously provided journalists with new and powerful tools for reporting news” (Ibid.:16). O mesmo autor também define “mobile journalists (Mojos) are journalists who use mobile devices (extensively) in their news reporting” (Ibid.:16) e pode-se concluir que “mobile devices, which nowadays can be used not only for

communication but also for information searching and news reporting, represent a game changer both for journalism and legacy news media” (Ibid.:16)¹⁶.

Por fim, terminamos este ponto ao agrupar as grandes tendências identificadas em estudo: um grande aumento do acesso à Internet em Portugal, ainda que fique um pouco à margem do que se passa em países mais desenvolvidos no contexto europeu, mas o crescimento tem-se demonstrado contínuo e não deverá mostrar muitos sinais de abrandamento em breve. Grande parte da população portuguesa que acede com mais frequência à Internet, embora não se ligue à rede com a intenção principal de obter notícias, esta continua a ser uma das suas motivações primordiais que tem demonstrado alguns sinais de crescimento. Mundialmente as organizações de média tem registado um contínuo aumento de tráfego online com uma maior predominância para aquele que advém dos dispositivos móveis ao invés dos computadores de mesa (*desktop*) o que tem impulsionado algumas organizações a adaptar a sua produção para corresponderem às expectativas destes novos terminais de acesso à produção jornalística. Não obstante os traços positivos desta tendência, em Portugal tem-se registado poucas tentativas de inovação quer a nível de utilização das novas vantagens tecnológicas quer a nível dos novos meios de monetização dos conteúdos. Felizmente, o aumento do acesso à Internet com uma predominância etária cada vez maior de adultos e jovens adultos que já cresceram rodeados e familiarizados com o ambiente digital e que começam a afirmar-se com capacidade monetária deverá demonstrar-se atraente para os anunciantes que já

16 Embora a temática do jornalismo mobile seja uma que interessa extensivamente ao autor desta tese, ele reconhece que discutir a mesma em profundidade é apontar um pouco ao lado do alvo que deve ser o foco desta revisão bibliográfica. Não obstante essa limitação, o mesmo autor deseja deixar aqui uma série de sugestões para o leitor. Desde logo, “Mobile News” de Oscar Westlund por ser um artigo de revisão bibliográfica que avança uma conceptualização geral para um modelo do que é o jornalismo para as plataformas móveis e pelas suas propostas de investigação. Segue-se “Notícias e Mobilidade” que encabeça João Canavilhas enquanto organizador, destacado aqui dada a atualidade dos artigos que compõe o trabalho e por contar com a presença de vários investigadores internacionais e portugueses também a explorar as várias vertentes do *mobile journalism* (destacamos os artigos presentes no livro citados nesta tese: “Linguagens e Interfaces para o jornalismo transmédia” de Denis Renó e Luciana Renó; “Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais” de Suzana Barbosa; “Design de sites web mobiles e de softwares aplicativos para jornalismo digital em base de dados” de Taciana Burgos e, por fim, “Jornalismo de proximidade em mobilidade” de Pedro Jerónimo). “Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação” de João Canavilhas e Douglas Cavallari de Santana (2011), pela aplicação prática de uma metodologia (com)provada para estudar a utilização das potencialidades dos meios digitais (Salaverria, 2005; Zamith, 2008; Canavilhas, 2008) em “sites criados especialmente para *smartphones* e *tablets*” e pela apresentação simples e clara dos resultados num gráfico polar. Merece também louvores à abordagem global que Canavilhas deu ao estudo. Por fim, “Mobile journalism: A snapshot of current research and practice” de David Cameron.

tem dado provas de algum investimento, ainda que tímido, ao longo dos últimos anos. Talvez o ciberjornalismo não seja o “El Dorado” que todos esperavam ser, mas também não partilhamos das visões apocalípticas que anunciavam o fim do jornalismo como o conhecemos com o desenvolvimento da *grass root media* e o aparecimento dos “cidadãos jornalistas”, dos “producers” no ambiente digital. Partilhamos das ideias de Tom Rosenstiel de que os jornalistas nunca tiveram tanto acesso a tanta gente, de forma tão simples e com tantas ferramentas fáceis e intuitivas de usar. A ubíqua, instantaneidade e multimedialidade do “ciber” ainda são ferramentas (e tantas outras) à espera de serem exploradas no seu total potencial. Mesmo com todos os constrangimentos económicos e empresariais, os potenciais e as audiências estão lá, a crescerem e a multiplicarem-se constantemente, a exigir mais, melhor e com maior rapidez. Caberá apenas às empresas e aos jornalistas adaptarem-se para conseguirem tirar o melhor partido delas.

4. Fontes de informação: A Agência dominante no Ciberjornalismo

A relação entre fontes e jornalistas nunca foi algo simples de se entender ou de estudar, nunca se realizou sem os seus percalços nem desavenças, muito menos sem um inerente conflito de interesses entre os dois. Vasco Ribeiro resume-nos bem a sua complexidade no primeiro capítulo de “Fontes Sofisticadas de Informação”: “Toda a comunicação humana tem uma fonte. Ou seja, uma pessoa ou um grupo de pessoas com um objetivo para despoletar o processo comunicativo, o objetivo esse que tem de ser expresso em forma de mensagem” (Berlo, 2003:30 APUD Ribeiro, 2006:11). Fontes essas definidas por Wolf (1985: 223 APUD Mendes, 2010:14) como “pessoas que o jornalista observa ou entrevista, ou às que fornecem apenas informações enquanto membros ou representantes de grupos de utilidade pública ou de outros sectores da sociedade”. Herbert Gans (1976:116 APUD Ribeiro, 2006:12) equipara a relação entre jornalistas e fontes como uma dança pois um procura o acesso ao outro, e vice-versa. Demonstrando como “a dinâmica fonte/jornalista não é, modo algum, linear”, isto é o mesmo que dizer que até à sua publicação a construção da notícia passará por vários

estágios, compondo um “Processo produtivo vulnerável à influência de fatores externos aos *news media*”, com o aparecimento ou desaparecimento, com a colaboração, ou não de algumas fontes. Por vezes, o impacto e influência de uma determinada fonte é tal que a sua recusa em prestar declarações ou em se identificar pode resultar no término de uma peça caso não sejam encontradas alternativas. Caso aconteça o contrário, uma única fonte pode ser o fator motivador de uma grande reportagem ou de um trabalho com maior profundidade, enfim, a fonte acaba sempre, de forma intencional, ou não, por influenciar o trabalho do jornalista (Ribeiro, 2006:12-13). Portanto, jornalistas e fontes vão “dançando” entre si, “discutindo” significados e importâncias de um mesmo acontecimento, tudo no campo de construção da notícia.

Um trabalho de Mendes sobre a pluralidade de fontes nos ciberjornais portugueses (2010: 87) veio a confirmar algumas tendências das quais já se desconfiava como a construção de notícias com “base em uma única fonte de informação”, com alguns cibermeios a terem melhores resultados que os outros e com um reduzido número de peças em que “o cidadão enquanto produtor de conteúdo online como fonte é muito baixo, seja em forma de citação em peças (1,5%) ou através de links para o espaço onde o conteúdo é publicado (4,5%)” (Ibid.: 87). O autor reafirma a dominância das fontes autorizadas e representativas de grupos sociais institucionalizados com 36,6% para as fontes autorizadas e 23,7% para as representativas. Ribeiro (2006) também demonstrou uma preponderância dos 4 maiores jornais portugueses impressos para esta tendência de representatividade para grupos de poder (ainda que numa investigação exclusivamente dedicada a notícias de cariz político).

Um estudo aprofundado das fontes de informação no jornalismo apenas começou a receber atenção na década de 70 do século passado, com Leon V. Sigal (1973) a concluir que “as notícias resultam não tanto do que os jornalistas efetivamente pensam, mas da informação que as fontes transmitem” (Ribeiro, 2006:15), reconhecendo também que existem outros constrangimentos no processo de produção noticiosa. O autor em discussão descobriu também que boa parte das fontes que figuram nas notícias são oficiais porque estas “controlam a informação sobre o meio envolvente, em particular a relativa ao mundo e à opinião pública (Sigal, 1973: 133-134 APUD Ribeiro, 2006: 16).

O mesmo autor distingue vários tipos de canais informativos (3), os canais de rotina, que os jornalistas tendem a encarar com maior confiança, como os acontecimentos de estado oficiais, de julgamentos a sessões camarárias e parlamentares, conferências de imprensa, press releases, discursos e cerimónias. Distingue também os canais informais, importantes nesta tese onde se inserem as informações recolhidas em cerimónias não governamentais mas de convenção social importante (ex: sindicatos) e notícias de outros *outlets* noticiosos, no caso da nossa tese, será de grande enfoque neste ponto de revisão bibliográfica a Agência Lusa e as outras que a precederam. Por fim, os canais de iniciativa, isto é, ações promovidas pelos jornalistas.

Com Molotch e Lester (1974) é criado o conceito de *news promoters*. Os autores apresentam três categorias de indivíduos que se encontram “posicionadas de forma diferente perante a organização do trabalho jornalístico”. Estas pessoas são, os *news promoters*, isto é, fontes que tentam, deliberadamente, tornar um determinado assunto em acontecimento público. Depois, em seguida, encontram-se os *news assembler*, estes correspondem aos membros da agenda jornalística. Por fim, aqueles que se encontram debaixo da influência destas agendas, os *news consumers*.¹⁷

Vasco Ribeiro destaca as considerações de Stuart Hall *et al.* (1978) quando os autores da teoria conspiratória concluem que os jornalistas “tendem a perpetuar as estruturas hegemónicas de poder na ordem institucional da sociedade” (Ribeiro, 2006: 20). Gans (1979) destaca-se também por afirmar que os mais variados tipos de fontes coexistem dentro de um único sistema e os jornalistas selecionam as suas fontes consoante as suas necessidades ou posição de relevo pois, “na opinião de Gans, as fontes não tem todas as mesmas características ou igual relevância, o que pressupõe um acesso socialmente estratificado aos órgãos de informação” (Ribeiro, 2006: 23) e assume-se que a fonte cria uma relação, mais ou menos pessoal com o jornalista, ao fornecer-lhe informação que ele precisa, isto é, começa-se a criar uma relação complexa de transmissão de informação, a tal “dança” entre fonte e repórter que já mencionamos,

17 Este assunto iria, inevitavelmente, desencadear uma discussão ligada à teoria do agendamento, dado que os os autores citados são, em grande parte, nomes marcantes na afirmação da mesma no universo académico dos estudos jornalísticos. Em vez de aprofundar a questão no texto, deixo aqui como sugestões de leitura: Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências. Org. António Hohlfeldt, Luís Matino e Vera Veiga França, Petrópolis, Editora Vozes, 2001 e, claro a obra do português TRAQUINA, Nelson- O Poder do Jornalismo: Análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra, Minerva, 2000.

isto é “a ideia da negociação entre jornalistas e fontes de informação, competindo aos primeiros a decisão final” (Ibid.: 25).

Ainda que, com a Internet, como já vimos ao longo desta revisão, o antigo leitor passivo de notícias possua agora um conjunto de ferramentas que o pode ajudar a transformar-se num membro ativo da construção da mesma (recordemos a importância interatividade no ciberjornalismo atribuída por Salaverría e Zamith), a verdade é que a sua representação noticiosa continua a ser bastante reduzida, embora Elisabete Barbosa reconheça as possibilidades de acesso ainda maiores, mais fáceis, interativas e em tempo real entre os jornalistas e os seus leitores e como estes se podiam revelar uma fonte de informação muito valiosa: “Eles conhecem a realidade e, muitas vezes, sabem mais sobre determinados assuntos do que os jornalistas. Podem também ser importantes fontes de informação, provavelmente mais desinteressadas do que as fontes oficiais, e chamar a atenção para temas não muito retratados pelos jornais e que são interessantes para a audiência” (Barbosa, 2003: 3).

Sobre as fontes no ciberjornalismo, Hélder Bastos (2008:1) confirma o que aqui foi dito: “os resultados mostram que os ciberjornalistas se ocupam predominantemente de texto, cultivam pouco fontes próprias, valorizam a imediatez e a credibilização das notícias e passam pouco tempo em contacto com as audiências”, de facto, no seu quadro realizado sobre as tarefas que ocupam o dia-a-dia dos ciberjornalistas o “contacto pessoal com fontes” surge longe de ser uma tarefa realizada pela maioria dos profissionais (45,5%), em detrimento da adaptação de conteúdos (68,2%) e da pesquisa online (78,8%). Identificar se esta foi uma tendência que regista alguma evolução pode ser complicado mas Canavilhas, em 2005 já identificava a Agência Lusa como o principal site utilizado pelos ciberjornalistas para recolher e atualizar informações (Canavilhas, 2005: 6).

Impera, portanto, para o ciberjornalista, a rapidez na publicação da informação e esta reveste-se com a característica de ser um dos aspetos mais importantes do seu trabalho pois o “furo jornalístico” reflete-se, por norma, num maior acesso às páginas online do órgão que o lançou, resultado, dessa forma, num maior número de visualizações por página, o que se resulta num aumento dos rendimentos publicitários (Granado, 2015:72). Mas se o ciberjornalista, como já vimos, tende a caracterizar-se

pela crescente sedentarização e pelo afastamento de alguns hábitos típicos (e essenciais) à produção jornalística autônoma como o desenvolvimento de fontes próprias- “o peso significativo das tarefas típicas de *shovelware* e do recurso a *press releases*, a par da edição de textos de agências noticiosas, revela-se um fator altamente limitativo da produção jornalística própria, com a consequente penalização do recurso a fontes próprias” (Bastos, 2008:21)- (*journalist assis vs journalist debout*), a importância que o produto do jornalismo de agência possui para os restantes jornalistas: “The work of these 'wholesale news providers' permeates print and online media” (MacGregor, 2013:36). Mas esta dependência do jornalismo de agência está longe de ser exclusiva aos ciberjornalistas. Em 1999 encontramos o investigador italiano Mauro Wolf com a ideia de que “as grandes agências de imprensa, supranacionais ou nacionais, constituem indubitavelmente a 'frente' mais notável de materiais noticiáveis” (Wolf, 1999: 231) e, há altura, ainda com o desenvolvimento do ciberjornalismo por se realizar na totalidade enquanto área jornalística de relevo, “a informação quotidiana- especialmente, a rádiotelevisiva é cada vez mais, e necessariamente, uma informação de agência, cujo núcleo de apoio é constituído precisamente por essas fontes 'anónimas' que raramente aparecem nos noticiários e nos jornais como origem efetiva de tudo o que é comunicado” (Wolf, 1999:231). Wolf, citando o trabalho dos investigadores Golding e Elliot enumera as vantagens para a utilização do produto de agência e os motivos para a sua proliferação entre os média tradicionais: o primeiro é, claro, a vantagem económica de obter notícias sem ter de dispensar repórteres, foto-jornalistas, “camaramen” para sítios, muitas vezes não só perigosos quanto inacessíveis num curto espaço de tempo. O segundo grande motivo é a “forte homogeneidade e uniformidade das definições daquilo que constitui notícia”, sendo que o resultado é a permanência de “um substrato comum definido, precisamente, por critérios de noticiabilidade que essas 'fontes' contribuem para difundir”. O terceiro fator para a predominância do trabalho de agência, de acordo com Golding e Elliot (citados por Wolf, 1999: 232) é “a cobertura das agências alertar as redações para tudo o que acontece no mundo e é a partir desse conhecimento que as redações constroem a sua própria cobertura [...] As agências funcionam, portanto, como uma primeira campanha de alarme [...]”. As agências são uma ferramenta de trabalho imprescindível para grande parte das redações.

Com o advento da Internet e do *user generated content* temia-se um esbater da importância do jornalismo de agência mas, o panorama atual acabou por revelar uma situação completamente inversa, com resultados inesperados, ao citar o trabalho de Sarkar *et.all*, Chris Paterson (2005:145) nota que “contrary to predictions that reduced transactional costs afforded by electronic networks will lead to direct consumer-producer links, by passing intermediary information processors (termed 'disintermediation'), Internet growth is reinforcing the strength of traditional intermediaries and resulting in the development of a new kind of intermediary (which they label 'cybermediaries'). News agencies remain mostly in the background, but extend their influence, for most cybermediaries merely relay agency content”. A utilização do trabalho de agência não é só um sintoma da sedentarização do ciberjornalista, é também, uma das suas causas principais. Com o aumento exponencial do produto informativo produzido pelas mesmas e que, como já vimos, elas não só fornecem informação como pautam o ritmo do trabalho das redações, “os conteúdos e notícias que fornecem aos seus clientes aumentaram drasticamente a competição pela divulgação [...]. O contributo das agências noticiosas para o acelerar dos fluxos informativos, através da cedência de histórias a uma velocidade cada vez maior, tem sido vital igualmente para o aumento da pressão sobre os jornalistas das organizações. Agora, cada história entra no mundo online em minutos e os jornalistas estão sobre intensa pressão para não falharem nada que apareça no sítio da Internet do órgão de informação rival” (Phillips, 2010, APUD Gomes, 2012:172), resultando num jornalista sedentário dedicado à reprodução e não à produção, ao jornalista *robot* e à prática do “churnalism” (Boczkowsky, 2009; Hargreaves, 2003; Davies, 2008; APUD Gomes, 2012: 194).

Rui Gomes ao estudar o contributo da Internet para o sedentarismo do jornalismo entrevistou um total de 85 profissionais do *Correio da Manhã*, do *Diário de Notícias* e do *Público* e concluiu que uma boa parte da responsabilidade deste jornalismo sentado e dependência do produto de agência vai buscar também explicações ao nível da organização empresarial quando “a opção das estruturas e organizações noticiosas de menor capacidade tem recaído sobre estratégias assentes na maximização de recursos humanos e financeiros, estabelecimento de sinergia entre meios de comunicação quando os mesmo estão integrados em grupos noticiosos, e a supressão

nas necessidades impostas pelos ciclos noticiosos com recurso abundante a agências noticiosas, com a publicação constante de conteúdos de elaboração ou proveniência externa, que depois são adaptados e enquadrados às limitações de espaço ou respetivas imposições gráficas” (Gomes, 2012: 240). Dos 85 entrevistados, concluiu Gomes que 35,29% concordam totalmente com a frase “o trabalho do jornalista é cada vez mais sedentário, centrado nas redações dos meios de comunicação” e que, 45,88 concordam parcialmente.

Vamos agora criar uma resenha história do desenvolvimento do jornalismo de agência em Portugal de forma a contextualizar um dos atores mais importantes para esta tese, a Agência Lusa. Por agência, decidimos optar pelas seguintes definições, uma de 1953, da UNESCO: *“une agence d'information est une entreprise que a principalement pour objet, quelle que soit sa forme juridique, de rechercher des nouvelles et d'une façon générale des documents d'actualité ayant exclusivement pour objet l'expression ou la représentation des faits et de les distribuer à un ensemble d'entreprises d'information et exceptionnellement à des particuliers en vue de leur assurer, contre paiement d'une redevance et dans les conditions conformes aux lois et usages du commerce, un service d'information aussi complet et impartial que possible.”* (Les Agences télégraphiques d'information” (UNESCO, 1953 APUD Lusa, 2007) e outra, de José António Santos (Lusa, 2007) que considera esta definição como possuindo uma desvantagem e uma vantagem. A primeira é a sua generalidade e simplicidade enquanto definição, a segunda, é que estas características permitem-lhe ser muito abrangente e, por isso, aplicar-se às mais variadas realidades e empresas com um grande nível de atualidade. Como já demonstramos ao longo desta tese, preferimos definições simples e concisas, que sejam entendidas como aceitáveis por grande parte da comunidade académica e profissional. cremos, portanto, que a definição da UNESCO se aplica na perfeição ao caso, ainda que com as reservas anotadas pelo autor que a citou.

Em Portugal, foi preciso esperar o fim das Invasões Francesas (1807-1810), do Vintismo (1820-1823) e da Guerra Civil Portuguesa (1838-1834) para a imprensa nacional registar um “salto qualitativo e quantitativo” (Lusa, 2007: 47). Vamos ter de recuar a meados do séc. XIX para encontrar os primeiros registos de agências noticiosas em Portugal, com a criação do *Diário de Notícias* em 1864. Foi este órgão que, à data

de 10 de Março de 1866 publicou despachos resultantes da “participação telegráfica da agência Havas”. Infelizmente, a história das agências em Portugal pouco se desenvolve durante mais de um século, com meros resquícios e notas de rodapé sobre a sua presença na imprensa nacional. Seria preciso esperar quase um século para que fosse criada uma agência noticiosa nacional, que só terminaria em 1944 com a criação da Lusitânia. O fenómeno de atraso pode ser explicado por três fatores (Lusa, 2007: 53):

1. Um atraso crónico estrutural português no panorama da imprensa, desde o séc. XIX, que resultou numa “dificuldade em absorver as novidades e os avanços produzidos por uma Europa mais globalmente mais avançada”;
2. O atraso estrutural revela-se na “inexistência de um verdadeiro mercado noticioso no país e, conseqüentemente, de um fenómeno de imprensa de massas”;
3. Como já vimos, desde o começo do séc. XIX, momento crucial na explosão da imprensa, Portugal encontrava-se condicionado politicamente por conflitos de índole interna e externa, que marcaram esta primeira metade de século. A entrada para o séc. XX não seria, também, nada fácil com o abolir da monarquia, o despoletar e a participação portuguesa na primeira guerra mundial e a subsequente deposição da primeira república em 1926, altura da instalação da ditadura militar que resultou na censura, traduzida numa limitação grave à liberdade de imprensa.

Não obstante, com o dealbar do final da segunda guerra mundial, as pressões sobre o governo Português iam crescendo para a “constituição de uma agência noticiosa nacional que servisse exclusivamente o país e os Portugueses, e fosse um elo privilegiado de ligação com as suas províncias ultramarinas” (Lusa, 2007: 56). Este foi o projeto de Luís Caldeira Lupi, jornalista e correspondente da Reuters e da AP em Portugal, que contava com o apoio de Marcello Caetano, do jornal *O Globo*, do *Diário de Notícias* e o *Diário de Lisboa*, era o projeto base para o que o jornalista chamou de *Agência Lusa*, lê-se na sua proposta ao Secretariado de Propaganda Nacional: “1- As

empresas dos principais jornais portugueses e outras individualidades ligadas ou não às indústrias jornalísticas constituem uma sociedade por quotas denominada Agência Lusa, a fim de explorar a indústria do noticiário telegráfico e postal, nos termos vulgares em que funcionam as agências congêneres estrangeiras”. Podemos observar também que Lupi pretendia tornar a *Agência Lusa* na única agência nacional de noticiário jornalístico, com apoios e isenções legais especiais por parte do Estado Português e que o seu âmbito de ação geográfica seria a “imprensa portuguesa e brasileira e também a imprensa hispânica e ibero-americana, mas procurará promover a sua expansão a todos os países do mundo com quem Portugal mantenha relações diplomáticas e comerciais”. O projeto foi rejeitado. Foi necessária a abertura de brechas na estrutura censória do Estado Novo (com a dificuldade de controlar o cada vez mais fluxo de informação e, sobretudo, a impraticabilidade de escutar as conversas por telefone) para que a ideia de possuir uma agência noticiosa controlada pelo apertado punho do Estado fosse ganhando alguma força. Foi com o apoio de Marcello Caetano, agora ministro das Colónias, maior aliado de Lupi que, em 1944 se começaram a traçar os primeiro planos para a criação da *Lusitânia* e ainda a 7 de Dezembro desse ano foi assinado o despacho que autorizava a sua criação, e a nova empresa funcionava agora “como uma secção da Sociedade de Propaganda de Portugal [...] e tinha por missão exclusiva a troca de notícias com as colónias portuguesas, promovendo a união nacional” (Lusa, 2007: 64). O débil equilíbrio entre as suas funções de agência noticiosa ao serviço da propaganda do Estado é bem visível no seu livro de estilo cuja informação deveria ser divulgada de forma objetiva, factual e “livre de desmentidos” mas, por sua vez, estes nobres objetivos terminam quando “devem ser evitadas notícias que possam merecer controvérsia, provocar confusão no espírito dos leitores” e que o trabalho dos seus jornalistas nunca deveria ir contra “os interesses sagrados da Pátria”.

Três anos após o nascer da *Lusitânia* em Portugal, Dutra Faria, Barradas de Oliveira e Marques Gastão lançavam “as bases da *Agência de Notícias e Informação (ANI)*” (Lusa, 2007: 73), que contava também com o apoio indireto de Marcello Caetano que tinha impulsionado a criação da *Lusitânia* em 1944. A *ANI* acabou por se concretizar a 27 de Janeiro de 1948 e podemos ler na sua escritura pública que este projeto seria pautado pelo “fornecimento de artigos, notícias, informações ou tópicos às

empresas jornalísticas ou a quaisquer outras entidades, podendo também explorar qualquer ramo de comércio ou indústria em que os sócios concordarem à exceção de bancário”. Os 3,600,000 escudos anuais permitiram o acesso, em 1955, à rede telegráfica da *United Press International* para distribuição dos seus serviços noticiosos à imprensa portuguesa. A agência apostou num enfoque especial para os noticiários internacionais e nas colónias, numa clara tentativa de concorrência com a *Lusitânia*, aposta que acabou por se revelar bastante infrutífera até ao início da década de 50.

Ao contrário da *Lusitânia*, “a nova agência definiu e adotou, desde sempre, a colaboração com as entidades governamentais, como uma medida de gestão, à imagem da tradição instalada pelas agências europeias. Uma ligação contratual que a nova agência soube gerir com discernimento, fazendo apenas concessões quando via salvaguardados os seus interesses, mantendo, assim, a sua independência dos poderes públicos” (Lusa, 2007: 75).

No começo da nova década de 1950 a *ANI* produzia “em média 2300 palavras por dia para os jornais e rádios nacionais, sendo que 50 por cento desse valor dizia respeito a notícias recebidas das colónias, e expedia uma média de 3000 palavras por dia para os territórios ultramarinos e para outros países estrangeiros”, em comparação com as 1300 palavras produzidas pela *Lusitânia* para os jornais nacionais e as 4000 para o Ultramar (Lusa, 2007: 81). Semelhantes nos seus propósitos, diferenciavam-se sobretudo pelas suas ligações ao poder, com a *Lusitânia* mais encostada.

Com o despoletar da guerra nas colónias, o maior trunfo da *Lusitânia*, a sua proximidade com o poder, acabou por se revelar o seu calcanhar de Aquiles, resultando numa perda de credibilidade constante e acentuada face aos olhos dos restantes órgãos de comunicação social, resultando na perda de contratos da *Lusitânia* para a *ANI*. O volume de noticiário produzido por esta última vai, então, aumentar no que diz respeito às colónias, disputando o mercado ultramarino- agora com um pé de avanço- com a *Lusitânia*, agora com novas colaborações internacionais e a contratação de correspondentes nas capitais europeias, Guiné Portuguesa, México, Estados Unidos e Canadá.

Enquanto Lupi ia protestando junto ao governo contra a superioridade da *ANI*, a mesma ia modernizando as suas formas de trabalhar, continuando a apostar em novos

contratos e redes de distribuição bem como na instalação do *telex* na sua redação e nos jornais com quem colaborava, o que lhe permitiu, consequência dessa modernização, a criação de delegações no Rio de Janeiro, Luanda e Lourenço Marques. Por esta altura, no dealbar do 25 de Abril o seu trabalho já era composto por um total de um milhão de palavras por mês e a *Lusitânia*, por outro lado pouco mais era que um organismo subsídio-dependente.

A 25 de Abril de 1974 as instalações da *Lusitânia* foram tomadas pelos militares e a sua ocupação leva a que os jornalistas passem de um lado do espectro ao outro, deixando de ser a voz do Estado Novo para apoiarem os projetos do MFA. Os planos para unificar as duas agências saíram logrados e então, a 10 de Outubro de 1974 a Secretaria de Estado da Comunicação Social anunciou, em comunicado, que estava em negociações com a *ANI* e a *Lusitânia* para a aquisição pelo Estado do património das duas empresas. Para a *ANI*, fora a sua vantagem contratual face ao Estado Novo que tanto a fez crescer durante os últimos 30 anos que se revelou a sua maior fraqueza neste momento quando, face ao ultimato do governo de que, ou seria nacionalizada ou então eram cancelados todos os seus contratos de prestação de serviços. Com a *Lusitânia* a sua extinção não tardou e pouco antes do final do ano de 1974, Vítor Alves assina o documento que põe fim aos 30 anos de trabalho de Lupi e à sua “ultrapassada Lusitânia”(Lusa, 2007:136). Embora na *ANI* as coisas aparentassem estar mais bem encaminhadas, no dia 19 de Novembro o Executivo ordena o seu fecho da “vestuta” agência. Estava prestes a aparecer a *ANOP* (*Agência Noticiosa Portuguesa*), vinculada, tal como as que a precederam, ao regime em vigor, é fundada a 1 de Julho de 1975 sob a forma de empresa pública e propriedade do Estado Português. A *ANOP* deveria, assim “simultânea e respetivamente, recolher e difundir o seu serviço noticioso no Continente e Ilhas Adjacentes e projetar a imagem de Portugal junto das comunidades portuguesas no estrangeiro”, a nova agência ficava também incumbida de estabelecer contratos com outras organizações internacionais semelhantes e de distribuir os seus produtos em Portugal (Ibid.: 138). Fruto da sua ligação ao regime e da sua criação no Verão quente de 1975, embora tivesse como obrigação a produção de informação o mais rigorosa quanto possível, de forma objetiva e digna de confiança e fosse uma instituição detentora de autonomia administrativa e financeira não podia “nunca 'deixar de ser um

instrumento ao serviço do interesse coletivo e da democracia” (Ibid.: 138). Esta independência pouco durou e dois anos depois, em 77, esta “autonomia” passa agora a “ser exercida pelo secretário de Estado da Comunicação Social, designada pelo ministro da tutela” (Ibid.:139). O novo estatuto, asfixiante para a *ANOP*, voltou a sofrer alterações em 1978 e agora estabelecia-se que a agência “exercera a sua atividade com rigor e objetividade, por forma a garantir uma informação digna de confiança à escala nacional e internacional, a salvaguardar a sua independência nomeadamente perante o Governo e a Administração Pública” (Ibid.: 139).

A *ANOP*, órgão resultante da cessação das atividades da *ANI* e da *Lusitânia*, herdou os seus equipamentos e durante os primeiros anos fez-se servir deles, alguns já obsoletos e apenas em 1980 os jornalistas da agência ia ver instalados terminais de multiplexagem para os serviços de telegrafia, telefoto e receções simultâneas dos mesmos. A *ANOP* acabou, também, por se informatizar e, em 1982 tinha 261 profissionais sobre a sua alçada, quase mais duas centenas que 5 anos antes. A nova agência rapidamente se expandiu, criando delegações no Porto, Coimbra, Guarda, Faro, Évora, Ponta Delgada e Funchal com correspondentes em Aveiro, Beja, Braga, Bragança, Castelo Branco, Portalegre, Leiria, Santarém, Setúbal, Viana do Castelo, Viseu, Vila Real e Açores. Abriu escritórios em Bissau, Maputo, Luanda e Cidade da Praia (Cabo Verde). Abriu-se também um delegação em Bruxelas e outra em Madrid, estabeleceram-se correspondentes em Barcelona, Genebra, Estrasburgo, Londres, Bona, Paris, Bucareste, Roma, Beira e Nova Iorque e colaboradores em Toronto, Kuwait, Macau, Amesterdão, Tripoli, Luanda, Moscovo, Nova Bedford, Rio de Janeiro e São Paulo (Ibid.: 141-142).

O trabalho da agência estava dividido em duas grandes áreas de “ataque”, a nacional e internacional. O primeiro dos quais era composto pelas editorias de política, economia, cultura e desporto e a segunda por informações trabalhadas que tinham sido recebidas de outras agências. Em 1978 a *ANOP* já produzia um total de 300,000 palavras por dia. Rapidamente a nova agência se estabeleceu no mercado português como a fonte privilegiada de informação impulsionada, sobretudo, pela insuficiência de trabalho de muitas das redações portuguesas.

Já aqui é possível registar, de acordo com o autor, que “a posição monopolista alcançada pela *ANOP* conduziu a um 'excessivo peso do noticiário de agência’” (Mesquita: 391 APUD Lusa, 2007: 143), isto é, extrapolamos já uma conclusão de que a dominância do produto de agência, ainda que apontado como uma das grandes críticas ao ciberjornalismo, está longe de lhe ser uma particularidade. É, a nosso ver, um problema estrutural das redações portuguesas, que sempre foram, infelizmente, em grande parte cronicamente insuficientes na realização plena do seu trabalho. Tão grave era esta situação que, “bastaria uma simples greve de 15 dias nesta agência de notícias, para que a esmagadora maioria dos diários portugueses se viesse pura e simplesmente forçada a suspender a sua publicação” (O Diabo, 1980:11, APUD Lusa, 2007: 143), grave, alarmante, assustador.

Durante a década de 1980, a *ANOP*, dependente dos dinheiros públicos para a sua existência começa a demonstrar os primeiros sinais de debilidade financeira num país afetado pela crise económica e pela instabilidade política. Com um plano de expansão internacional que se revelou inadequado e prejudicial, a crise instalou-se e as políticas de contenção de custos também não tardaram e forçaram o encerramento das delegações de Évora, Guarda e de Vila Real.

Os custos, no entanto, teimaram em não baixar e optou-se ou por uma possível conversão para uma cooperativa ou para a sua extinção. Vingou a segunda, mas não se executou de imediato.

Começaram a surgir rumores sobre a possível criação de uma cooperativa a 23 de Julho de 1982. 21 Empresas chegaram a acordo para a criação de uma nova agência, a *Porpress*, financiada pelo Estado, com o propósito de “combater a situação de monopólio até agora mantido pela *ANOP*”, a *Porpress* deveria “difundir informação nacional e internacional, tanto no território português, como no resto do mundo, com particular relevo para as comunidades e países de língua oficial portuguesa [...]” (Lusa, 2007: 150), para ajudar nesta missão o Estado Português assegurava 150,000 contos anuais. A dissolução da *ANOP* parecia, agora, inevitável. A 25 de Agosto de 1982 a *Porpress* já era a *Notícias de Portugal* e via a sua escritura pública assinada. Mas a *ANOP* ainda não ia ver o seu fim com o veto de Ramalho Eanes, Presidente da República ao decreto que a pretendia extinguir.

A *NP* desde cedo demonstrou ser uma aventura pouco idealizada, ao falhar em eliminar a sua principal concorrente, viu sair das suas fileiras 6 empresas das 21 iniciais e o começo do seu funcionamento foi continuamente adiado durante 3 meses e, quando se iniciou, foram num conjunto de escritórios improvisados cedidos pela *RTP*, com apenas 25 jornalistas, longe dos 70 expectáveis e sem qualquer meio de transmissão de informação próprio, sendo que a informatização da nova agência demoraria 3 anos a efetivar-se. A *NP* devia prestar aos “serviços de informação noticiosa, através de recolha e difusão para utilização nos meios de comunicação social nacionais e estrangeiros, podendo, subsidiariamente, dedicar-se a atividades de outros ramos do sector cooperativo” (Lusa, 2007: 160). Devia evitar considerações de natureza ideológica e política e ser uma produtora de informação rigorosa e objetiva. O Estado concedeu à nova agência um total de 40 milhões de escudos mais 140 milhões nos dois anos que se seguiram a 1982. Não obstante o panorama negativo que antecedeu a sua criação, em 1983 a *NP* produzia um total de 50,000 palavras por dia. O novo governo de 1983 tentou unir as duas agências mas a *NP* opôs-se. O governo tentou reestruturar a *ANOP* com a intenção de estabelecer um contrato idêntico ao da *NP*, de prestação de serviços. Nunca se realizou. Por 1985 também a *Notícias de Portugal* ia conhecendo novas desaventuras com o aperto dos constrangimentos financeiros e foi forçada a um programa de reestruturação.

Continuou-se à procura de soluções e impôs-se, de novo, a necessidade de uma fusão entre ambas. O Governo, a *ANOP* e a *NP* chegaram a acordo a 30 de Julho de 1986: “A *ANOP* seria extinta e, a partir da alteração da personalidade jurídica da *NP*, seria criada uma nova única agência revestindo 'a estrutura pública de cooperativa de utilidade pública, de responsabilidade limitada, agrupando o Estado' e 'aberta aos utentes dos serviços informativos da agência, cabendo a cada parte 50 por cento do capital social’” (Ibid.: 180). A nova cooperativa seria designada por *Agência Lusa de Informação*, com o objetivo de “prestação de serviços informativos através da recolha de material noticioso e de interesse informativo, seu tratamento para difusão e divulgação mediante remuneração livremente convencionada” (Ibid.: 182). Estava fundada corria o ano de 1987 e estavam asseguradas as verbas de 430 milhões de escudos. A nova agência nasceu sem sede própria e funcionava nos edifícios das duas

que lhe deram origem, com as duas redações a funcionarem em simultâneo e só encontrou uma sede em 1989. Desde cedo se estabeleceram delegações no Porto, Coimbra, Faro, Évora, Ponta Delgada e Funchal bem como correspondentes em todas as capitais de distrito. As notícias de África eram asseguradas pelas delegações em Maputo, Luanda, Bissau, Cidade de Praia, Rabat e um correspondente em São Tomé e Príncipe. No continente asiático criou-se um *desk* em Macau com um correspondente em Pequim. Os correspondentes da agência permearam as principais capitais europeias e criou-se uma delegação em Bruxelas. Washington, Rio de Janeiro, São Paulo, Buenos Aires, Joanesburgo, Sydney e Telavive também foram outros alvos para o estabelecimento de correspondentes. A sua produção média diária era de 80,000 palavras repartidas por cerca de 150 jornalistas. Após um arranque tremido, a *Lusa* estabeleceu-se com confiança no mercado informativo e, tal como as agências que a precederam, a as suas informações tornaram-se indispensáveis ao bom funcionamento das redações nacionais, produzindo um total de 50% de todo o noticiário nacional e 100% do internacional, o autor atribui esta dominância ao “ser grossistas de informação” (Ibid.: 197) e por produzir um volume extremamente grande de notícias e fotografias. Ao longo da década de 90 a *Lusa* informatizou-se e ligou-se à Internet em 1996 e, em 1999 o seu website tornou-se uma das suas plataformas de distribuição e em 2001 criou um site exclusivo só para distribuir fotografias, em 2002 surge o www.lusa.pt e o novo meio de distribuição leva a um aumento imediato dos seus clientes com dois modos de apresentação, alguma informação de acesso livre e outra de acesso pago.

Em 2004 foi criado o *Lusa TV* e o *Lusa Rádio*, dois novos serviços submetidos a uma assinatura e, tal como o nome indica, era disponibilizados conteúdos nesses formatos, comprometendo a sua agenda noticiosa com os 3 grandes produtores de conteúdo vídeo em Portugal, a SIC, a RTP e a TVI. Produzia, em média, 120 peças mensais neste formato. O *Lusa Rádio* produzia, em média, entre 4 a 5 peças diárias.

Encerramos, por fim, este percurso histórico, com a frase, redigida em 2007 mas revestida de uma atualidade imaculada: “Atualmente, a *Lusa* é a maior agência noticiosa de língua portuguesa e a placa giratória de informação por excelência sobre e para os países lusófonos e as comunidades portuguesas no estrangeiro” (Ibid.: 220).

5. A imprensa regional e ciberjornalismo de proximidade

5.1. Ciberjornalismo de Proximidade

Não nos vamos alongar muito neste tópico dado que não se insere necessariamente na investigação, mas o âmbito regional do Porto24 obriga-nos aqui a realizar algumas observações sobre o ciberjornalismo local ou de proximidade. Para definir **imprensa regional** vamos optar pela descrição presente no Estatuto da Imprensa Regional¹⁸ de 1988: “Consideram-se de imprensa regional todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei de Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redactorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política a elas respeitantes e não estejam dependentes, directamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico”.

A nível académico, é de notar que Pedro Jerónimo optou por uma definição em quase tudo semelhante, substituindo a dedicação de “metade da sua superfície redatorial” por “a maioria dos seus conteúdos noticiosos” e acrescentando que os mesmo são distribuídos nos suportes em papel e digitais, chegando à seguinte definição: “todas as publicações periódicas de informação geral, que dedicam, de forma regular, a maioria dos seus conteúdos noticiosos a fatos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica ou política, respeitantes às comunidades a que se destinam e a territórios que atingem, no mínimo, a dimensão de um distrito; são distribuídos nos suportes papel e plataformas digitais; e não são, dependentes, direta ou indiretamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive autárquico”. Esta é a posição que subscrevemos para o nosso trabalho.

Mencionamos também o ponto 2 do artigo 14º da Lei da Imprensa que define as publicações regionais como “as que, pelo seu conteúdo e distribuição, se destinem predominantemente às comunidades regionais e locais”.

18 Decreto-Lei nº106/88

Mas então porque optar por “ciberjornalismo de proximidade”? Não fazemos todos, até os jornalistas dos jornais de âmbito nacional, um jornalismo de proximidade? Sim, a verdade é essa, uma boa parte da produção jornalística acaba por surgir de uma relação de proximidade geográfica mas neste caso, usamos o termo para definir o jornalismo e os jornalistas de proximidade como aqueles que, segundo Carlos Camponez (2002, APUD Jerónimo, 2014: 6) é aquele cujo trabalho resulta “de um forte compromisso com o território e com as pessoas que com ele se relacionam, geográfica ou afetivamente [...]. Que partilha os mesmo espaços geográfico, social, cultural, psicológico do seu público (López Garcia, 2008)”. Para definir, portanto, este conceito de “Ciberjornalismo de Proximidade” vamos optar pela visão de Jerónimo (2014), cuja conceptualização é uma junção de definições que advém de outros três autores: Ramón Salaverría (2005), Xosé López Garcia (2008) e Hélder Bastos (2011), então: “o ciberjornalismo de proximidade é a especialidade do jornalismo de proximidade que emprega o ciberespaço para investigar, produzir e, sobretudo difundir conteúdos jornalísticos referentes a um determinado território e/ou comunidade” (Jerónimo, 2014: 7).

Não basta olhar exclusivamente para o ambiente online e digital para compreender o jornalismo de proximidade em Portugal e, embora pareça anacrónica uma análise à empresa regional Portuguesa, tornar-se necessária para contextualizar o tema e entender quem são os principais atores, principais públicos e as principais áreas geográficas em que o jornalismo regional possui mais relevância.

Para realizarmos uma caracterização do panorama da Imprensa regional em Portugal fizemos uso do estudo realizado pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social intitulado “A Imprensa Local e Regional em Portugal”, datado de 2011. Estamos cientes das possibilidades de desatualização do documento em uso mas, de momento, é o estudo generalizado mais atualizado que temos sobre as realidades locais do jornalismo português, tendo identificado, na altura, mais de 700 publicações de âmbito regional e local.

De acordo com o estudo em questão, é o norte que se destaca regionalmente como o maior jogador no campo das publicações regionais: “O Porto é o distrito com o maior número de publicações de imprensa local e regional, perfazendo 11,7% (85

títulos) do total nacional. Segue-se Aveiro, com 67 publicações (9,2%), e os distritos de Braga e Leiria, ambos com 56 publicações (7,7%). Por sua vez, o distrito de Beja conta com apenas 9 publicações (1,2%), seguido de perto por Bragança e Região Autónoma da Madeira, com 11 publicações cada (1,5%)” (ERC, 2011: 33).

Quanto à periodicidade das publicações locais a maior parte delas “são mensários (37,5%), seguindo-se os semanários (29,4%) e os quinzenários/ bimensais (23,9%). Apenas 18 títulos de imprensa local e regional são diários (2,5%), existindo ainda alguns com periodicidades menos comuns, como é o caso dos bissemais, trissemanais ou trimensais (2,5%). Um total de 4,3% das publicações são editadas exclusivamente online” (Ibid.: 34).

Quanto ao distrito do Porto, as periodicidades mais característica são o semanário e o quinzenário ou bimensal com 31,8% cada, seguidos do mensal com 28,2%, depois com 4,7% figuram as publicações online, com 2,4% o trimensal e por fim, com 1,2% a publicação diária. No entanto, o Porto não serve como amostragem para o resto do país, é de facto, bastante díspar da maior parte dos distritos e regiões autónomas. Ao inverso do que acontece do Porto, na maior parte do país é a publicação de periodicidade mensal que aparece como a mais numerosa. No que diz respeito às publicações diárias, apenas se encontram registadas em Aveiro, Coimbra, Guarda, Lisboa, Porto, Região Autónoma dos Açores e Região Autónoma da Madeira.

O relatório menciona também que “não foram identificados jornais online de índole informativa e âmbito local e regional nos distritos de Coimbra, Guarda, Vila Real, Viseu e nas duas regiões autónomas”.

Num artigo recente, Hélder Bastos e Pedro Jerónimo (2012) afirmam que “desde 1995 que a imprensa regional passou a ter um meio extra para produzir e disseminar os seus conteúdos: a Internet.” e fazem uso do relatório elaborado pela ERC já supracitado para apontarem mudanças no panorama português no que diz respeito à presença online das publicações da imprensa regional “Atualmente, os vários indicadores apontam para a presença online de cerca de metade destas publicações. Tal como acontece sobretudo com aquelas que se publicam com mais frequência no meio tradicional (papel)”.

Identificam também uma correlação entre a periodicidade das publicações e a sua presença no meio online, “assim, quanto mais espaçada é a periodicidade, menos

probabilidade de existir ciberjornal. Isto é particularmente visível no caso dos mensários (21,7%), em contraponto com os diários e semanários (74,6%)” (Ibid.: 42). Pedro Jerónimo, num estudo de caso às publicações associadas à AIC registou que 57,8% não possuía qualquer edição online, e quando procurou por respostas registou que “[A presença na Internet] limita-se à promoção do jornal” (Bastos e Jerónimo, 2012: 42).

5.2. O local tem interesse?

Segundo o estudo já mencionado publicado pela ERC, cita o relatório Bareme Imprensa Regional 2009 segundo o qual, “49,7% da população tem por hábito ler ou folhear imprensa regional” (ERC, 2011: 225). O relatório conclui que os hábitos de leitura da imprensa regional ficaram estáveis “variando entre um máximo de 54,3% (em 2005) e um mínimo de 47,3% (em 2007)”. Em 2009 “Castelo Branco, Coimbra e Leiria são os distritos onde se registaram os mais altos valores de leitura de imprensa regional *em termos percentuais*. Apenas em quatro distritos o índice de leitura se situa abaixo dos 50% da população- em Farto, Bragança, Porto e Lisboa. Nestes dois últimos, em particular, as baixas percentagens verificadas devem-se à maior concentração e concorrência das publicações nacionais, mas também à maior concentração populacional. Na realidade, *em números absolutos*, é também em Lisboa e no Porto onde se detecta a maior fatia de leitores de imprensa regional, seguindo-se os distritos de Braga, Aveiro e Setúbal” (Ibid.: 227 a 228). A ERC traça, portanto, um panorama relativamente positivo.

Mas como é que podemos tentar transpor estes números para o online? Embora exista um grande lapso de estudos do género para a nossa realidade, podemos encontrar alguma luz no trabalho, também ele desenvolvido pela ERC denominado “Públicos e Consumos de Média, O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países”. E desde logo começamos por denotar um panorama relativamente positivo em relação às atividades que os portugueses realizam quando se dirigem à Internet com a procura de “informações sobre a sua cidade” a surgir em 7º lugar no gráfico de “Atividade na Internet por género-PT”.

Mas no que se traduzem estes números quando nos estamos a referir a um interesse objetivo por notícias locais? Infelizmente o panorama já deixa de ser tão positivo.

PÚBLICOS E CONSUMOS DE MÍDIA 23

INTERESSE EM TIPOS DE NOTÍCIAS – PT

TIPOS DE NOTÍCIAS	%
NOTÍCIAS NACIONAIS	92%
NOTÍCIAS INTERNACIONAIS	75%
NOTÍCIAS LOCAIS SOBRE A MINHA CIDADE	18%
NOTÍCIAS SOBRE A MINHA REGIÃO	22%
NOTÍCIAS FINANCEIRAS E DE NEGÓCIOS	20%
NOTÍCIAS SOBRE ECONOMIA	28%
NOTÍCIAS DE ENTRETENIMENTO, SOCIEDADE E CELEBRIDADES	28%
NOTÍCIAS HUMORÍSTICAS/SATÍRICAS/INSÓLITAS	12%
NOTÍCIAS DE SAÚDE E EDUCAÇÃO	40%
NOTÍCIAS DE ARTE E CULTURA	26%
NOTÍCIAS DE DESPORTO	37%
NOTÍCIAS DE POLÍTICA NACIONAL	14%
NOTÍCIAS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA	11%
NENHUMA DESTAS	1%

P5. Qual dos seguintes tipos de notícias é mais importante para si? Por favor escolha até cinco opções.
n= 625 (nº de utilizadores de internet que consome notícias)

Tabela 1- Interesse em Tipos de Notícias em Portugal, 2015.

Fonte: ERC- Públicos e Consumos de Média, O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países, ERC, 2015. Pág. 23

Observamos que, afinal, a procura por temáticas como “notícias sobre a minha cidade” e “notícias sobre a minha região”, com 18% e 22% só são suplantadas pelos baixos números de “notícias de ciência e tecnologia” com 11%, “notícias de política nacional” com 14% e sobre a área das finanças e dos negócios com 20%, que ainda assim se mantém superior ao interesse demonstrado pelos leitores em procurar notícias sobre a sua cidade.

Este recente estudo levado a cabo pela ERC tem o mérito de ser um estudo não só a nível nacional como possuir também parâmetros comparativos com os de outros países e, a perspetiva dada pelos números não deixa margens para muita alegria no que ao interesse pela imprensa regional diz respeito.

Interesse em tipos de notícias- Todos os países

TIPOS DE NOTÍCIAS	PT	RU	ALM	ESP	ITA	FRA	DIN	FIN	EUA	BRA	JAP
NOTÍCIAS LOCAIS SOBRE A MINHA CIDADE	18%	46%	47%	42%	45%	37%	40%	48%	57%	47%	31%
NOTÍCIAS SOBRE A MINHA REGIÃO	22%	38%	51%	42%	38%	41%	26%	47%	31%	12%	33%

Tabela 2- Interesses em tipos de notícias, Todos os países 2015.

Fonte: ERC- Públicos e Consumos de Média, O consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países, ERC, 2015. Pág. 23

5.3. Uma breve resenha histórica do ciberjornal regional em Portugal

É de novo Hélder Bastos, desta vez acompanhado por Pedro Jerónimo (2012), que nos vem desvendar os caminhos da história do ciberjornalismo em Portugal, agora, a nível regional. Apontam como primeiro momento o dia de 1 de julho de 1996, data em que o Voz Portucalense, jornal semanário ainda hoje ativo, propriedade da diocese do Porto registou o seu domínio *voz-portucalense.pt* (Jerónimo, Hélder Bastos, 2012: 44).

Os autores acreditam que o semanário portuense terá sido seguido de perto pelo *Diário de Coimbra*, com o registo do domínio *diariocoimbra.pt* a 6 de Novembro de 1996. No entanto, sem precisar datas, acreditam que talvez estes não tenham sido os primeiros jornais de âmbito regional a marcar presença no ciberespaço mas sim, possivelmente, o semanário *Região de Leiria*. Outra das possibilidades propostas pelo autor é também o *Comércio do Porto*.

Para Bastos e Jerónimo, é só no período espacial entre os anos de 1998 a 2000 que os ciberjornais registam uma “corrida” ao registo do domínio próprio com 17,5%

dos identificados a efetuarem o dito registo. No entanto, durante a década que se seguiu “o processo de transição da imprensa regional para a Internet não sofre grandes variações [...] exceto quando chega a 2007-2009 (19,9%), no qual surgem mais ciberjornais regionais. Assiste-se assim a um *reboom*, com o maior período de adesão dos cibermedia regionais (27%)” (Jerónimo e Bastos, 2012: 45 e 46).

6. Porto24: Relatório e Estudo de caso

6.1. Metodologia

De forma a responder às seis questões já enumeradas optámos então pelo método da observação participante que nos permitiu obter uma quantidade de dados *in the moment* que foram depois trabalhados e transformados em reflexões, que serão acompanhadas pelas análises quantitativas que as complementam. Em igual importância para a obtenção de resultados decidimos também realizar uma análise quantitativa às fontes por notícia, comparando as tipologias, o número e as circunstâncias em que se contactava com as mesmas. Através da utilização destes dois métodos de trabalho procuramos estabelecer dois períodos distintos de comparação: os meses antes e os meses depois da saída dos serviços da Agência *Lusa* do Porto24.

Para se chegar ao resultado final produzido por esta tese foi necessário ultrapassar várias fases de pesquisa e de investigação tendo em vista os objetivos propostos para este estudo. A primeira iniciou-se com a minha presença durante 6 meses na redação do Porto24, ciberjornal regional dedicado à cobertura noticiosa generalista na área metropolitana do Porto.

Desde o meu primeiro dia de estágio, na altura ainda com foco de estudo pouco definido, decidi documentar por lá a minha passagem de 2 formas diferentes que sempre acreditei que seriam úteis para a realização do próprio relatório e complementares a

qualquer investigação que decidisse fazer, mas, por acaso, surgiu uma terceira forma de documentação inesperada. Estes vão ser usados, sobretudo, para a redação do relatório de estágio e das observações participantes:

- Ao primeiro destes foi o que chamei o meu “diário de estágio”, que é isso mesmo, um registo cronológico, de periodicidade diária, escrito após cada dia de trabalho na redação em que descrevi os trabalhos realizados, as localizações que visitei, pessoas com quem contactei e adicionei sempre, no final, uma reflexão sobre o dia, onde descrevi a minha atitude perante algum assunto digno de nota (dilemas éticos, informação noticiosa relevante, ideias para trabalhos futuros ou situações fora do comum). Estas reflexões iniciais carecem de qualquer critério científico previamente estabelecido, são apenas isso, reflexões pessoais que acabei por utilizar para recordar pensamentos e sensações que de outra forma teriam ficado completamente perdidos. O diário tornou-se mais objetivo e começou a ser portador de observações mais focadas para o estudo em questão nesta tese após o mês de Novembro. Este instrumento de trabalho acabou por se revelar muito importante sobretudo na fase de transição entre a versão impressa do jornal para o online e para as reflexões sobre a cessação de serviços da Agência Lusa para com o Porto24 que, no final, foi o que acabou por motivar esta investigação.
- O meu segundo instrumento já se pautou por critérios pré-estabelecidos com o propósito de complementar o meu “diário de bordo”. No final de cada notícia produzida por mim elaborei uma pequena descrição a contextualizar a mesma e como me surgiram as informações para a realizar, uma lista com todas as fontes contactadas e as circunstâncias em que as contactei. Anotei também a data de produção original da notícia e a editoria. Caso fosse necessário registava também ocorrências especiais ligadas à produção da peça, como mudanças de formato, correções que foram necessárias e co-autoria. Foram acrescentadas também as datas de publicação da notícia do site do Porto24.
- O terceiro documento(s) acabou por surgir de forma involuntária e irreflexiva: são eles os meus cadernos e blocos do dia a dia de trabalho acabaram por se revelar preciosos complementos aos dois registos anteriores, pois contêm

contactos, listas telefónicas inteiras, entrevistas na íntegra, parágrafos originais de algumas notícias, rasurados e alterados, estruturas de reportagens, fontes que não integraram o resultado final da notícia, ideias para outros trabalhos. Enfim, todo o género de testemunhos inconscientes que acabaram por se revelar extremamente pertinentes para a redação do relatório.

Se inicialmente o foco das observações denotava alguma ênfase em reflexões sobre problemas éticos, já no mês de Outubro ia registando e apontando algumas críticas para a dominância da Agência *Lusa* no noticiário do Porto24. É, então, com a sua saída que o meu “diário de bordo” e as reflexões que o acompanham começam a focar-se cada vez mais nas mudanças de rotina na redação do Porto24 e começam a abordar de forma consistente o fenómeno a partir do mês de Novembro. Para realizar uma observação participante “é necessário que o investigador obtenha com o grupo a observar familiaridade e confiança recíprocas e criar com ele um certo grau de empatia, através de uma atitude não diretiva de compreensão do outro. As rotinas diárias, as conversas, a linguagem utilizada, a posição corporal, a mímica, as interrupções e as atividades paralelas, tudo isto pode potenciar elementos fundamentais para uma análise e reflexão posteriores” (SILVA, 2008: 269). Foi isto que tentamos fazer e, inseridos no grupo de jornalistas da redação durante 6 meses fui conversando com cada um deles (Ana Isabel Pereira, Simão Freitas e Pedro Emanuel Santos) sobre vários assuntos ligados à área do jornalismo que subdividi em três pontos, correspondendo a diferentes momentos do meu estágio: nos primeiros tempos tentei conversar várias vezes sobre os seus percursos enquanto jornalistas e sobre o âmbito do meu estágio. Em segundo sobre problemas que reconhecem como flagrantes no jornalismo (Carteira Profissional, Problemas Éticos, insegurança e desemprego) e, por fim, e este terceiro momento é o que aqui verdadeiramente nos interessa para esta dissertação e vamos apresentar com mais pormenor, falamos sobre a *Lusa* e a sua saída.

Para abordar o impacto que a Agência *Lusa* (e sobretudo a saída dos seus serviços) teve na redação do Porto24 optamos por estudar as fontes mencionadas nas notícias, como um espelho para a realidade vivida pelos jornalistas do ciberjornal regional. O estudo das fontes tem a vantagem de se poder analisar matematicamente,

possibilita a obtenção segura de resultados para confirmar ou refutar todas as hipóteses propostas. Escolhi o estudo das suas fontes pois, sempre que se utilizava informação da agência, ela aparecia citada como a principal fonte e, em raros casos, a notícia era aprofundada pelo jornalista, mas nunca nenhum dos jornalistas tomava para si o crédito da produção da agência. Isto torna fácil a identificação da mesma na notícia como fonte de informação. Ajuda-nos também a entender o impacto que o fim do contrato entre a Lusa e o Porto24 teve na produção noticiosa e na realidade diária dos jornalistas e nas suas rotinas. O estudo das fontes utilizadas pelos mesmos vai servir para demonstrar o quanto eles tiveram de se “desdobrar” e adotar novas rotinas de produtividade na procura por fontes de informação para conseguirem manter um alto nível de produtividade, pois se antes produziam uma ou duas notícias por dia de autoria própria, com fontes e trabalho próprio, a partir daquele momento passam a produzir 100% da informação publicada. Não temos qualquer dúvida que se realizou um processo dinâmico de procura de novas fontes de informação, pois também passamos por ele; alteram-se os hábitos e as rotinas; interessa-nos saber, agora, em que medida. Pretendemos aliar aqui dois tipos de análise para chegarmos a uma verdadeira imagem do que é o impacto de uma agência noticiosa numa pequena redação composta por um reduzido número de ciberjornalistas, estudando o fenómeno ao nível qualitativo e quantitativo. Temos a perfeita noção das limitações do nosso trabalho e que o estudo das fontes é apenas um dos prismas que compõe o tremendo caleidoscópio de análises possíveis. Mas dada a amplitude documental que veremos em seguida, achamos que o estudo das fontes acaba por ser o mais eficiente, o mais abrangente e o mais pormenorizado.

Não foi feita qualquer seleção ou amostragem para análise. Optei, ainda que com a perfeita noção do imenso trabalho que teria, por estudar o corpo documental noticioso na sua integridade, desde 14 de Setembro a 31 de Janeiro (acabei por eliminar o mês de Fevereiro da amostra pois a minha presença nesse mês foi reduzida, tendo durado 5 dias). Como a cessação de serviços da Lusa se dá em Novembro, a meio do calendário, acreditamos que um estudo na íntegra dos meses desta baliza cronológica é a forma mais completa e correta de obter os resultados mais seguros. A amostragem era possível, sim, mas ia falhar em nos revelar um sentido de evolução do fenómeno se

apenas escolhêssemos um mês “Com Lusa” e um mês “Sem Lusa”. O corpo documental é então composto por:

- Setembro- 139 itens;
- Outubro- 335 itens;
- Novembro- 146 itens;
- Dezembro- 160 itens;
- Janeiro-170 itens;

Estamos a falar, portanto, numa recolha documental de 950 itens (Entenda-se por itens: Notícias, reportagens, entrevistas e reportagens fotográficas) produzidas ao longo de 5 meses de atividade. Para a análise destas notícias criamos uma ficha inspirada pelo trabalho de Vasco Ribeiro (2006) com acrescentos (e cortes) próprios. A ficha subdivide-se em 4 grandes partes:

1. A primeira, de identificação, com o nº de ficha, o título da notícia, os autores, a data de publicação, o seu título e género noticioso.
2. Na segunda identifica-se a editoria a que pertence a peça: Nacional ou Internacional (caso a cidade do Porto fossem mencionada numa notícia de âmbito Nacional ou Internacional, por exemplo, os conflitos entre a TAP e a Câmara Municipal do Porto ou então o casal português que se encontrava em Paris à altura dos atentados de Novembro). Segue-se economia, sociedade, política, cultura, desporto, ciência e tecnologia e por fim, local. No local colocamos todas as notícias que se referem especificamente à cidade do Porto sem se inserirem necessariamente em qualquer outra editoria, por exemplo: mudanças nos trajetos de autocarros, uma estrutura de um edifício sem licença chamou a atenção das autoridades ou o caso do processo judicial no Bairro da Rainha Dona Leonor. Este ponto vai, sobretudo, ser composto de notícias que não se inserem por completo em qualquer uma das outras editorias já estabelecidas.
3. Na terceira parte identifiquei o número de fontes em cada notícia e a tipologia das fontes (baseada em Ribeiro, 2006): Agência de Notícias; ONG; Poder

Judicial; Força policia/militar; Empresas; sindicatos e ordens; população local; poder local; poder local (Partidos Oposição); Governo; Organização Governamental; Igreja; Outro Órgão de Comunicação social; Saúde (Hospitais e semelhantes); Especialistas; Organizações Estudantis; Organizações Desportivas; Universidade e para colmatar possíveis falhas, deixamos um ponto em aberto para ser preenchido caso se registem outras tipologias de fontes não mencionadas. Como o leitor poderá notar, alguns meses possuem registos de fontes que outros não, daí ter sido necessário deixar alguns espaços a preencher.

4. Por fim, tentamos apurar as circunstâncias do contacto entre jornalistas e fontes: Exclusivo; Press Release/ Comunicados; Assembleia Municipal; Entrevista, Conferência de Imprensa; Colóquios/ Congressos e, por fim, Outros. Criamos outro ponto extra para tentar apurar se houve iniciativa jornalística para procurar nova informação (este ponto serve, sobretudo, para analisar a **Q5**) e estabelecemos como necessário a presença obrigatória, em notícias produzidas pela Lusa de uma menção à informação extra que não estava presente na notícia produzida pela mesma.

Em seguida vamos realizar quadros e gráficos de análise, apostando numa perspetiva de evolução cronológica para tentar quantificar e identificar algumas tendências para responder às questões propostas.

6.2. Relatório de Estágio

O meu percurso no P24 seria marcado, sobretudo, pela instabilidade e pelas transições, pelos retrocessos e os avanços na redação, pela mudança de prioridades e sobretudo, pela câmbio de formatos e rotinas.

O presente relatório de estágio pretende apresentar-se como uma reflexão das atividades realizadas ao invés de ser um relato cronológico do que se foi fazendo ao longo do mesmo. Justifico isto apresentando como motivos a extensa quantidade de notícias produzidas ao longo do mesmo (70), e a descrição da produção de grande parte

delas acabaria por se tornar tediosa, monótona, cansativa de se ler e, muito honestamente, irrelevante, atrever-me-ia a dizer: até mesmo inútil. Isto não é dizer que não haverá casos em que a descrição da produção jornalística seja inexistente. Ela existe e será explicada. No entanto, de que me serve descrever ao pormenor algo, se não existe interpretação, se não existe estudo ou reflexão? A descrição por si só não se pode justificar sem se explicar. Vamos ver, portanto, situações em que uma determinada notícia/reportagem/entrevista me levaram a questionar rotinas, fontes e éticas.

Optei, então, por repartir o relatório por temáticas em vez de datas, selecionando alguns dos trabalhos que creio serem relevantes ou me puseram perante situações que acredito serem especiais, inéditas, singulares ou, em alguns casos, até mesmo insólitas. Por isso, o leitor não se deve admirar ou estranhar quando me vir a saltar entre a baliza cronológica que se estabelece entre os meses de Setembro de 2015 e Fevereiro de 2016.

Este relatório também se encontra intimamente relacionado com a investigação às fontes de informação que foi realizada para suportar algumas das conclusões e reflexões que aqui são apresentadas. Este relato vai insistir, portanto, numa perspetiva de estudo das fontes e do ciberjornalismo.

Fica, portanto, estabelecido como minha missão, que as palavras que se seguem sejam mais que um relato, dado que para isso bastava ler os meus apontamentos em bruto que se foram formando ao longo do estágio. Pretendo aprofundar, acompanhado pela bibliografia, por outros relatos e pelas minhas próprias reflexões, uma área que muito necessita de ser pensada, o jornalismo como experiência, como profissão, como prática, como missão, a relação das fontes como complexa e o ciberjornalismo como meio.

6.2.1. Porto24- Descrição e Missão

O Porto24, com o número de registo na Entidade Reguladora para a Comunicação Social 126107 vai buscar as suas origens da sua fundação ao ano de 2010 e constituiu-se como empresa em 2011, pelas mãos da jornalista Ana Isabel Pereira.

O jornal, inicialmente de vocação exclusivamente online, apresenta-se na sua ficha técnica¹⁹ como a única opção jornalística exclusivamente dedicado à Área Metropolitana do Porto, regido “por critérios editoriais de independência, cultivando o rigor da informação e visando sempre os interesses da região e da comunidade onde se insere”, “procurando refletir o que acontece em áreas como a governação das cidades da região, a sua sociedade civil, a cultura, o ensino, o desporto, a economia ou o lazer”. Dedicado aos “princípios da ética e deontologia jornalísticas”, o Porto24 compromete-se a produção de informação “imparcial, rigorosa, exigente e independente do poder político e económico e de grupos de pressão”²⁰.

Apresenta como sua missão “ser um local de opinião, de preservação de memória coletiva e uma voz nas questões mais importantes da nossa vida comum. Por essa razão, o Porto24 é um sítio aberto à participação da sua comunidade de utilizadores, procurando reforçar esses laços explorando os meios digitais ao seu dispor”, e para potenciar o mesmo debate, insiste na necessidade de “reflexão sobre as grandes questões da atualidade, sem descurar o acompanhamento dos temas nacionais e internacionais, em particular aqueles que têm implicações no Grande Porto”. Enfim, “Porto24- O sítio da cidade”.

O conteúdo produzido pelo Porto24 advém da redação e de alguns colaboradores externos, que vão variando constantemente, que incluem outros jornalistas e cronistas.

À altura da minha chegada, a redação era composta por três pessoas: a diretora do jornal, Ana Isabel Pereira e dois dos jornalistas que compunham o “Semanário Atlântico”, jornal que se extinguiu no mês de Maio de 2015, altura em que se juntaram ao P24. Eram eles Pedro Emanuel Santos e Simão Freitas, como fotógrafos ao seu serviço estavam Carlos Romão e Miguel Oliveira.

Ao longo de 4 anos o Porto24 limitou-se ao universo virtual mas foi na penúltima sexta do mês de Maio de 2015, dia 22, que fez a sua estreia em formato

19 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/ficha-tecnica/> [Consultado em: 24/052016]

20 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/estatuto-editorial/> [Consultado em: 24/052016]

físico, com a primeira edição em papel, que daí para a frente seria o foco principal da redação.

Infelizmente, tal como muitos outros projetos, e mesmo o projeto que o antecedeu, o “Semanário Atlântico”, a sua duração acabaria por se revelar extremamente curta, ao prolongar-se apenas por 19 semanas e 19 edições correspondentes a cada uma, a última das quais, eu tive o prazer de fazer parte, ver as minhas notícias assinadas por mim e o meu nome a figurar na ficha técnica. A 19ª edição do dia 25 de Setembro leva como destaque a zona das Fontainhas por causa da Vandoma e as escadas da Aguada. Apura-se também o estado das contas do histórico clube portuense, o Vasco da Gama. Criou um roteiro para ir “curtir longe da zona da Movida” e apurou-se o caso de uma nova providência cautelar avançada no caso do bairro Rainha Dona Leonor entre tantas outras notícias.

No dia seguinte, como vou abordar mais em pormenor ao longo do meu relatório de estágio, os membros da redação ficariam a saber o malogrado destino da publicação impressa. No dia 29 de Setembro, a Ana Isabel Pereira justifica aos seus leitores e “amigos” (como os chama), os motivos deste desfecho infeliz com um artigo intitulado “Continuamos do lado de cá”²¹. Explica que não basta os “Força aí”, os “Vocês estão a fazer um excelente trabalho” e que “não há ninguém a fazer o que vocês fazem no local” para pagar as contas ao final do mês. Reminiscentes das palavras que o professor Hélder Bastos proferiu numa das suas aulas de ciberjornalismo: “Os jornalistas não podem viver só de boas intenções e um jornal não é uma Santa Casa da Misericórdia”. A Ana levanta as seguintes questões, bastante atuais nas discussões académicas do presente: “Se a cidade acredita nele? Se nascemos antes do tempo? Se a cidade lê papel? Se os anunciantes não querem saber do online (nem do papel)? É tudo isso que estamos a pesar”.

Mas esta curta nota da Ana termina com um ponto positivo e serve de estandarte para o futuro projeto que o Porto24 teria a partir desse dia: “Continuamos do lado de cá. Na Internet. A fazer jornalismo local, que queremos que seja bom. E estamos a fazê-lo com mais recursos (poucos, mas ainda assim mais) do que os que tínhamos há 4 meses.

21 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/em-papel/> [Consultado em: 24/052016]

Por isso, numa palavra, e porque ainda acreditamos que há lugar para o P24, contamos com os amigos – reler definição acima –, em porto24.pt”.

Durante os próximos meses, pelo menos até à minha saída, a redação manteve-se com a minha presença, a da Ana, do Pedro e do Simão. Mais para o final do ano, a Ana afastou-se para integrar um projeto no Jornal de Notícias, continuando a orientar-me de perto, sempre disponível para responder às minhas dúvidas, preocupações e inquietações. No entanto, na sua ausência, era o Pedro Emanuel Santos que ocupava o lugar de orientador provisório. Seria injusto ao descuidar uma menção honrosa ao Simão, que por várias vezes fez questão de estar presente e me ofereceu, sem muita cerimónia e reservas, a sua longa lista de contactos acompanhado de um “Podes dizer que és amigo do Simão”.

À altura da minha saída do Porto24, a redação tinha mudado de instalações, deslocando-se da sua localização original no Polo das Indústrias Criativas na Praça Coronel Pacheco para os escritórios da PEV Entertainment, na Avenida Antunes Guimarães.

Ao deixar da redação fui o segundo membro a sair numa questão de poucas semanas e por fim, a redação do Porto24 fica como se encontra de momento, com o Pedro como diretor Interino e o Simão enquanto jornalista e lá continuam, a fazer o que melhor se faz de jornalismo por esta cidade, ou assim o diz a ficha técnica.

6.2.2. Apresentações e Impressões

Chovia bastante se bem me recordo, no dia 7 de Setembro, quando me dirigi às instalações do Porto24. Cansado, sonolento, após um fim de semana de trabalho que se prolongara até à madrugada dessa mesma segunda feira. Achei ironicamente adequado o meu estado físico e mental, ao deparar-me com o primeiro jornalista que encontrei no edifício: saído da redação do Público, fazia-se acompanhar por um maço de tabaco, um café e uma grande barba por desfazer. Um ar de exausto e um olhar vazio marcavam-lhe os traços faciais, dirigiu-se para o parapeito da janela, e lá travou o cigarro e tragou o café.

Esperava pela Ana Isabel Pereira e pela entrevista que me deveria, ou não, assegurar o meu estágio. Ansioso, mas já calejado, assegurava-me que seria uma entrevista como as outras. Para minha surpresa não o foi, uma entrevista, se quer- “Senta-te Nuno, estou aqui só a terminar uma coisa, falamos já, podes aproveitar para ler o jornal desta semana”- desliguei o Acrobat Reader no telemóvel, fechei a obra completa de H.P. Lovecraft, troquei o digital pelo real.

A sala do P24 era simples e modesta, um escritório de 10 metros por 10, modestamente preenchido, com mais jornais de semanas passadas a ocuparem as secretárias do que seriam normalmente aceitável. 4 Secretárias, 4 computadores , e uma mesa redonda para 4. A adornar os cantos da redação, mais jornais que se vinham acumulando e duas janelas forneciam a luz natural naquela manhã cinzenta de Setembro. A Ana ocupava uma das secretárias, o Pedro Emanuel Santos sentava-se à sua direita, e Simão Freitas, à direita do Pedro.

A apresentação dispensou todas as formalidades, os tratamentos por você ficaram proibidos, “somos todos colegas, Nuno”, reiterou a Ana. Inquirido sobre trabalhos prévios no jornalismo, afirmei que me fiquei pela tecnologia, tendo colaborado com o P3 e o JornalismoPortoNet, a editoria de desporto causava-me alguma alergia e a cultura deixa-me desconfortável, gostaria de enveredar pela sociedade, pela investigação, pela economia. Fui informado que ficaria a trabalhar no jornal impresso e não na sua versão online e que me deveria apresentar na sexta feira seguinte para uma reunião de redação para que, dessa forma, planeássemos a edição da semana seguinte.

E lá estava eu, às 14h30, à espera que os meus novos colegas terminassem o seu almoço. Fui instalado, pela primeira vez, numa das quatro secretárias e fiquei a ocupar a da Ana, à esquerda do Pedro, que estava à esquerda do Simão, com a Ana à frente. A reunião não se prolongou por muito tempo, foi-me informado que todos os trabalhos teriam de estar terminados pela noite da próxima quinta feira, para o jornal ser impresso e distribuído durante a madrugada de sexta. Delegaram-me um simples trabalho de recolher um conjunto de atividades culturais ou lúdicas que tivessem lugar na semana seguinte na área metropolitana do Porto.

O trabalho ficou feito ao longo do fim de semana que se seguiu, entre o meu “verdadeiro” emprego e o meu tempo livre. Esta “atividade” pautou-se por pouco jornalismo, foi chata e rotineira, fiquei na expectativa negativa em relação ao meu papel naquela redação.

O primeiro impacto negativo passou num instante, mal liguei o meu computador na segunda feira que se seguiu, dia 14, tremeu o meu telemóvel pela manhã, descartando a mensagem que sabia ter acabado por receber como algo enviado pela minha namorada, não me incomodei a lê-la de imediato. À segunda mensagem que recebi, li. Era a Ana a pediu-me para aceder ao meu email com urgência. Assim o fiz, e com alguma ansiedade li as informações vagas que me chegavam e iam servir de base para realizar o meu primeiro, e verdadeiro trabalho enquanto jornalista.

Uma denúncia simples, de um morador de Vila D'Este sobre umas atividades suspeitas da câmara de Gaia em relação às estradas da localidade. Esta seria a peça que me iria fazer ver as batalhas éticas e deontológicas que um jornalista enfrenta, constantemente, ao longo do seu trabalho.

6.2.3. Jovem jornalista, velhas éticas

Interessa manter fresca a ideia de que, à altura da denúncia, um dos anunciantes do P24 era a Câmara de Vila Nova de Gaia. Com isto em mente, o morador informava os jornalistas da redação que era ávido leitor da edição impressa do jornal e do trabalho que os mesmo faziam para aprofundar os problemas que preenchiam a área metropolitana do Porto, trabalho este que levou a que o atual presidente da Câmara do Porto, Rui Moreira, se tivesse dirigido ao jornal regional, numa reunião, como “pasquim”, de acordo com a Ana Isabel Pereira.

O email fazia-se encher de um conjunto de fotografias das ruas de Vila D'Este após as obras de reabilitação urbana que tinham esburacado o pavimento mas que nenhuma medida foi tomada para o voltar a tapar a não ser a presença rotineira de uns empregados da câmara que iam para lá atirar terra para cima dos buracos, após períodos

de chuva. Com a rua esburacada, com verdadeiras “crateras”, de acordo com o queixoso, ficava agora a meu cargo descobrir sobre quem caía a culpa, se na empresa de construção, ou a Câmara de Gaia.

No primeiro dia em redação, tinha acabado de ficar a meu cargo uma das histórias mais interessantes e trabalhosas da semana, pensando “uma Câmara que não resolve problemas, isto vai ser giro”. Após uma manhã a reunir contactos com assessores da autarquia, a GaiUrb, a associação de moradores e alguns moradores da localidade, fui almoçar sozinho ao Bom Sucesso e lá fiquei a pensar sobre como abordar o caso. Não posso esconder, agora em retrospectiva, o nervosismo e a ansiedade que senti na altura, ainda não estando ciente do conflito de interesses que o jornal possuía com a Câmara de Gaia.

Ao ser informado da relação de intimidade entre o P24 e a CMVNG, também me foi deixado claro que nunca deveria afetar, de alguma forma, a minha abordagem ao caso. No entanto, o sentimento de desconforto manteve-se, temendo, de certa forma, alguma represália negativa para com o jornal, e mais tarde, para com a associação de moradores.

Ao entrevistar o presidente da associação de moradores de Vila d'Este ele assegurou-me que já se encontrava a par dos problemas, bem como a Câmara- que até ao momento se tinha recusado a prestar quaisquer declarações, limitando-se a passar-me de gabinete em gabinete, reencaminhando-me para o GaiUrb, que por sua vez me reencaminhavam de volta para a autarquia. Falamos quase uma hora, ao longo da qual, o líder da associação explicou e criticou as ações da Câmara de Gaia. No final pediu-me, num tom simpático, que contrastou, como da noite para o dia, com o resto da retórica crítica, e que ainda me deixou mais desconfortável com o trabalho que estava a tentar fazer: “Eu falei consigo sobre isto, agora, por favor, não seja mau a escrever o seu artigo, apesar de tudo, a autarquia de Gaia tem feito os possíveis e nunca teve qualquer obrigação em realizar as obras de reabilitação com dinheiros públicos”.

Agradei e desliguei o telefone. Contactei com mais alguns elementos da população local (era quarta-feira, o artigo tinha de estar pronto no dia seguinte e ainda estava a escrever outros tantos artigos) e um dos moradores prometeu-me que, se a história fosse lançada, me garantiria fotos dos funcionários da Câmara (ou da empresa

de construção, não soube especificar) a tapar os buracos com areia, para remediar os estragos feitos pelas obras, para um possível “follow-up”, dado que estavam a chegar as eleições para as juntas de freguesia e ele estava certo de que eles voltariam a aparecer, trocamos os números e emails, prometemos que nos manteríamos em contacto.

O dia de redação aproximava-se do fim e o artigo continuava por escrever e até ao momento, a Câmara de Gaia recusava-se a prestar declarações, incomodado por isto, falei com a Ana que me incentivou a ligar para eles e a pressiona-los cada vez mais. “É de novo o Nuno Carvalho Marques, do P24, estou a ligar por causa da situação da via pública de Vila D'Este e desde segunda que me prometem uma resposta e ainda não recebi nada, vou lançar o artigo amanhã, caso não receba uma declaração ou me deixem falar com uma pessoa responsável, vou escrever que se recusaram a comentar”, o tom ameaçador da conversa encheu-me de confiança, contrastando vivamente com os meus pensamentos de insegurança dos dias anteriores. Seria esta agressividade a perseguir notícias que viria a marcar, creio eu, o meu caminho no jornalismo.

A assessora prometeu-me uma resposta, escrevi o artigo e deixei um espaço no fim para possíveis declarações, que de facto surgiram, na manhã do dia seguinte, mais uma vez, o meu telemóvel vibrava de madrugada e descartando de novo a mensagem recebida, apenas a li mais tarde, era uma das duas assessoras da Câmara de Vila Nova de Gaia com as declarações da autarquia, enviadas por mensagem pessoal, para o meu número pessoal... Admito, em retrospectiva, que desprezei a atitude, mas era uma componente necessária para completar a notícia [Anexo Jornal Impresso].

Agradeço, de certa forma, a liberdade e o apoio pelos membros do P24 que me foi garantida, a trabalhar um tema relativamente sensível, com todas as partes (jornal, autarquia e moradores) em conflitos de interesse. Tentei, ao longo de todo o trabalho, manter alguma imparcialidade e simpatia com todos os envolvidos e algum sentimento de assertividade quando as minhas expetativas não eram correspondidas nas informações que me eram fornecidas. Evitei a crítica e o julgamento na notícia, neguei o sensacionalismo e tentei fornecer igual espaço de declarações a todos os que estiveram dispostos a conversar comigo, embora alguns, como deixei claro, se tivessem mostrado mais disponíveis que outros mas, sobretudo, a confiança delegada no novo estagiário, deu-me um novo alento no trabalho e o confronto imprevisto com os problemas éticos

acabou por eliminar grande parte das minhas dúvidas em relação ao que queria e o que procurava no jornalismo e ajudou-me a cimentar a ideia de que podemos fazer algo para demonstrar os problemas e que, de certa forma, ainda há um pouco de “watchdog” a fazer da nossa parte. Nesta primeira semana acabei por produzir um total de 4 notícias para a versão impressa do jornal [Inserir Anexo Jornal Impresso]

6.2.4. Do Real ao Virtual- O Império do Relógio

Com o lançamento do nº19 impresso do Porto24, um novo passo marcaria a redação de forma irreversível. No dia 25, por volta das 11 horas da manhã, um conjunto de 3 indivíduos apresentaram-se na redação com ar de poucos amigos, e num tom que roçava a rudeza apressaram a Ana a reunir-se com eles. Uma das figuras, alta, de nariz empinado de casaco comprido com um cachecol roxo que lhe ladeava o pescoço e com um olhar mau suspeitosamente forçado veio-me cumprimentar com algum desdém, num aperto de mão pouco forte.

Em seguida, o peculiar homem pega na última edição do P24 e atira-a para cima da mesa como que a atirar um lenço sujo ao chão. O segundo dos homens passou despercebido, com meia dúzia de cumprimentos apresentou-se e despediu-se. O terceiro deles, baixo em estatura, destacou-se pelo seu andar emproado, este último viria a revelar-se ser o principal investidor do jornal, dono da PEV Entertainment. Eventualmente, os três homens e a Ana dirigiram-se para fora da redação, o Pedro e o Simão já tinham saído para almoçar e eu fui aconselhado a fazer o mesmo, mas dado que nesse dia ia comer por lá, de forma a adiantar trabalho, a Ana aconselhou-me então a realizar um mapa semelhante ao que tinha realizado na semana anterior.

Passado o que aparentou ser um hora, a Ana surge na porta e diz-me: “não precisas de continuar o mapa”, estranhei a mudança súbita no tom de voz habitualmente baixo e suave. Estranhei e acabei por ficar frente ao PC, com nada por fazer, aproveitei para almoçar. A Ana acaba por regressar da reunião e insistiu que preferia falar quando todos regressassem. Após alguma insistência, revelou-me que a edição impressa seria descontinuada dada o reduzido número de vendas. Assegurou-me que isto não teria qualquer impacto no meu estágio e o Porto24 ia continuar, mas agora do “outro lado”,

no online, onde embora já estivesse presente, não lhe tinham dado muita atenção ultimamente, com todos os esforços e recursos colocados na versão impressa, revelou-se uma aposta que acabou por não ter retorno.

A tarde foi passada a conversar sobre o assunto e a alocar os recursos presentes para o desenvolvimento da versão online do jornal e a desenhar uma agenda jornalística para a semana que se aproximava.

Quero deixar um desenvolvimento mais extenso das rotinas da redação para o ponto da análise da observação participante mas adianto desde já que se notou- mal ocorreram estas mudanças, que foram, de certa forma, repentinas mas bem aceites por toda a gente- um grande “acelerar” do tempo de produção, enquanto que na edição em papel cada jornalista tinha cerca de 7 dias para desenvolver um total de 6, 7 ou 8 notícias, se chegasse a tanto, no digital, a produção apresenta-se agora como diária, e não raras as vezes, como imediata. O online deixou de ser um suporte e passou a ocupar o lugar central enquanto mecanismo de divulgação noticiosa.

O que antes tinha de estar pronto às quintas feiras ao final do dia, agora tinham de estar terminado às 15h e publicadas às 16h, o Facebook, teria de ser constantemente atualizado. A manhã do dia seguinte também teria de estar programada, com notícias prontas a serem lançadas, que tinham sido produzidas no dia anterior. O lançamento semanal à sexta transformou-se no lançamento horário e foi estabelecido que, pelo menos de hora em hora, uma notícia teria de ser lançada.

A passagem para o online trouxe consigo, inevitavelmente, consequências bastante palpáveis que passo a enumerar:

- O reduzido número de jornalistas, apenas 4 (comigo incluído), demonstrou-se deficiente para fazer face à necessidade de atualização constante do website o que levou, de forma pouco inesperada, a uma maior dependência dos conteúdos produzidos pela Agência Lusa.
- A Agência Lusa passa a dominar o quadro noticioso do jornal, tanto que 1 dos 4 jornalistas (rotativamente) ficaria encarregue diariamente de estar atento ao repositório da agência e a adaptar as notícias que se fossem relevantes para serem publicadas no site. A atribuição diária de cada um

dos jornalistas ao conteúdo da Lusa implicava também que o trabalho individual do mesmo acaba-se por sofrer de atrasos, reforçando a dependência do material externo (A dependência como sintoma e causa, como já vimos na revisão bibliográfica).

- A utilização em demasia da informação de agência, ao “invadir” o espaço noticioso do P24, levou a que o website se parecesse mais com um repositório (“dumping”). Claramente, não se põe em causa a qualidade do que é produzido pela Agência Lusa, mas o domínio extremo (como a componente investigativa do trabalho irá confirmar) é claramente prejudicial. A agência vai dominar o site até meados do mês de Novembro, quando deixa de estar disponível.
- A Lusa, em vez de servir para tapar buracos, relegou esse trabalho para nós, os restantes jornalistas, cujo conteúdo servia para colmatar a lacuna horária que a Lusa “falhava” em preencher.
- Nem tudo é negativo, a Lusa abria também algumas portas, à medida que ia fechando outras e permitia a um ou dois jornalistas tempo suficiente para realizarem trabalhos mais complicados, ainda que à custa do trabalho dos outros.
- Embora esta pequena abertura temporal tenha permitido alguns trabalhos de investigação mais aprofundados, eles foram perdendo alguma relevância na redação, sendo substituídos por notícias leves, em formato “snack”, para satisfazer a imediatez, o império do relógio.

Tudo mudou, embora que de forma pouco abrupta, mudaram-se os formatos, as rotinas, os estilos, as fontes e a velocidade, a vontade do jornalista ficou submetida, mais uma vez, ao mandado inexorável do tempo. E tudo voltaria a mudar quando a Lusa fosse retirada do serviço ao Porto24.

6.2.5. A rotina da não rotina do P24

Dado a ênfase que este labor académico atribui às rotinas e às fontes jornalísticas, creio ser altura de começar a discutir um dos pontos essenciais que marcou

a minha presença na redação, começamos então pelas primeiras. Etimologicamente falando, “rotina” surge do Francês, “routine”, que por sua vez vem de “route”, um caminho muito frequentado. No dicionário, “Rotina” define-se como a “prática constante, costume, rotineira/ hábito de fazer algo sempre do mesmo modo”. Para o jornalista “Elas permitem que os repórteres transformem acontecimentos em notícias sem grandes sobressaltos (Traquina 1993), se constituem num atalho capaz de facilitar as decisões pessoais dos jornalistas. São também uma forma eficaz de lidar com os constrangimentos do tempo, já que a consciência temporal estaria subjacente à estrutura básica das rotinas (Schlesinger, 1993)” (Pereira *et all.* 2005: 2).

Se pegarmos nestas definições à letra e tentarmos aplicá-las diretamente no Porto24, o que vamos acabar por observar é que, com a exceção da hora de entrada e de saída (e essas nem sempre), hábitos e práticas constantes, são coisas que, durante a transição do formato em papel para o digital, se demoraram a estabelecer e ainda mais a cimentar. A Ana bem tentou, desde cedo, criar uma agenda noticiosa, um calendário onde cada um dos jornalistas faria questão de escrever os trabalhos que estava a realizar, os locais onde precisava de ir, as pessoas com quem precisava de falar e, se possível, as datas de publicação das notícias. Rapidamente a ideia se mostrou pouco adequada e caiu por terra, sobreposta pela independência habitual dos jornalistas em redação.

Vou-me escusar de fazer qualquer apreciação sobre as rotinas durante a semana em que trabalhei para a edição impressa pois, como é evidente, uma semana não é suficiente para as estudar, nem possuo quaisquer parâmetros de comparação ou elementos de (in)consistência. No entanto, no que diz respeito ao online, são vários os pontos que posso e irei apresentar.

Gostaria de afirmar que a rotina no Porto24 é a da não rotina, excetuando as horas de trabalho, e durante as primeiras semanas, após a passagem da edição impressa para o online, a afirmação revela-se relativamente correta, mas vai perdendo a sua força de expressão ao longo dos meses que se seguem, sobretudo com a saída dos serviços da agência Lusa nos últimos dias do mês de Novembro.

Num dia entrava-se às 10h, no outro, à mesma hora, tinha-se que se estar na Câmara ou em Serralves, e à tarde, quem sabe, na Batalha ou em Gaia. Às vezes passavam-se dias em que um dos jornalistas nem aparecia na redação de tanto que era o

trabalho. Quando não se estava encarregue de transpor as notícias da Lusa para o site, podemos resumir o dia em: Sair, escrever, regressar, escrever, voltar a sair, escrever, publicar. Dia sim, dia não. Num dia tínhamos de produzir 3 a 4 notícias, noutras alturas, passavam-se 3 ou 4 dias sem que uma fosse produzida. Não havia jornalistas dedicados a editorias definidas, os trabalhos eram atribuídos à medida que as informações iam surgindo e as notícias publicadas à medida que iam sendo terminadas.

De certa forma, não é surpreendente que seja complicado refletir sobre notícias num jornal tão pequeno, com tão poucos recursos e jornalistas, quando a mesma pessoa que escreve sobre desporto de manhã, tem de escrever política e sociedade à tarde, quando lhe exigem uma produção acelerada num dia, e uma aprofundada nos outros. O sentimento acabava por ser um do “desenrasca”, do “fazer o que se pode”, “trabalhar em cima do joelho”. A rotina era definir prioridades e arrumar com elas o mais rapidamente possível.

A distribuição de trabalhos era ela, também, praticamente inexistente, à medida que os emails iam enchendo e o telefone ia tocando, ficava muitas vezes a cargo do próprio jornalista decidir o que queria tratar, de certa forma, a definição mais crua do “Gatekeeping”, ele recebe a informação, seleciona-a consoante critérios noticiosos que, em grande parte das vezes limitavam-se às considerações pessoais do que crê possuir valor noticioso.

A necessidade constante de atualizar as “prioridades” levou também a que muitas histórias acabassem por cair, deveria o único jornalista disponível dirigir-se à Câmara do Porto onde o atual presidente Rui Moreira ia anunciar a solução para o Shopping Cidade do Porto que poderia vir a custar milhões à cidade ou deveria o mesmo marcar presença na conferência desportiva que ia discutir o próximo clássico futebolístico? É verdade que nenhuma redação tem a capacidade de estar em todo o lado a todo o instante, mas quando estão quatro jornalistas a trabalhar a segunda maior área metropolitana do país, então todos os problemas e insuficiências tendem a agravar-se progressivamente.

Forneço dois exemplos de trabalhos meus, de reportagem, que ficaram por realizar, dada a falta de tempo e a necessidade constante de apresentar algo recente e imediato que inviabilizaram a sua realização atempada:

- Uma investigação sobre a venda de animais em sites de leilões e sobre a lacuna legal que existe, presentemente, em Portugal sobre esta prática, que é contestada pelas associações de proteção animal e defendida pelos criadores sem licença. Uma área em que na qual as autoridades pouca mão ou nenhuma conseguem ter. A dica para o trabalho foi-me dada por uma atual jornalista do jornal “O Jogo” quando estava a fazer voluntariado. O número e a variedade de contactos necessários (alguns chegaram a ser realizados), com criadores, com associações, chefes de polícia, advogados e com os próprios sites rapidamente se revelou demasiado extenso, para meu desalento, e demasiado moroso para ser publicado em tempo útil. Um tema interessante e atual (ainda à data da produção desta tese) que acabou por “cair”.
- A segunda seria também uma investigação ao critérios (aleadamente discutíveis por parte de alguns docentes universitários) que a FCT utiliza para decidir, ou não, o financiamento dos gabinetes de investigação. A dica foi-me fornecida, na altura por uma professora da Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Embora a FCT tenha sido contactada mais do que uma vez, de novo, a morosidade do trabalho demonstrava-se incompatível com a necessidade de produção rápida e imediata que o online demandava.

Estes não foram os únicos trabalhos da minha autoria a “caírem” mas, pessoalmente, creio que foram os mais relevantes e atuais, que teriam dado investigações interessantes e informação que em boa parte ainda não se encontra disponível mas, sobretudo, uso-os como exemplo porque não foram produzidos devido à falta de tempo para os realizar. Como mencionei no Ponto 3 e como a investigação às notícias produzidas durante estes seis meses demonstra, o número de reportagens e de trabalhos jornalísticos aprofundados é ínfimo, quase irrelevante.

Creio que foram estas dificuldades que acabaram por levar a um domínio quase imediato dos conteúdos da agência Lusa, que permitiam ao jornal manter-se atualizado

à mesma medida que ia dando folga ao ocupado horário dos profissionais para trabalharem de forma independente. A “primeira” rotina estabelecida após a passagem para o online foi a atribuição rotativa de um jornalista, diariamente, para tratar das informações da Lusa. Todas as outras, são individuais, variáveis, difíceis de apontar e de definir, ainda mais de explicar.

Das incontáveis rondas que realizei, recordo com boa memória um conjunto de situações que vão do sério ao insólito. Começo por lembrar um ingénuo bombeiro estagiário que me atendeu o telefone, após as torrenciais noites de chuva de Janeiro e me diz, com a responsável ao lado que se encontravam sem pessoal e ao ser questionado como é que poderiam estar sem pessoal num momento como este, as rédeas do telefone são tomadas pela responsável que me responde “Está tudo bem, não se passa nada!” ao que se segue o “beep” de chamada desligada. Tentativas de voltar a contactar com a corporação ao longo do dia acabaram por se demonstrar infrutíferas.

Recordo também alguns simpáticos oficiais da PSP que, embora não tivessem autorização para comentar com os jornalistas, o faziam à mesma, no entanto, a maior parte deles acabava por nos remeter para o Gabinete de Comunicação Social, que por sua vez pouco faziam a não ser enviar uma nota de imprensa, no final de cada dia (“newsletter”), com os destaques policiais diários.

Por cada 10 rondas que fazia, apenas uma me trazia informação digna de notícia das quais quero deixar em destaque duas, pelo alvoroço que causaram na redação, interrompendo o trabalho individual de cada um e precipitou todos os jornalistas para os seus telefones (e telemóveis pessoais) para tentarem obter o máximo de informação possível.

A primeira, um acidente numa oficina em Paredes que causou duas vítimas de intoxicação graves foi-nos fornecida pelos Bombeiros Voluntários do local e levou-nos à conversa com o Presidente da Junta, que, de uma certa forma nos deixou surpreendido, quando autorizou aos secretários da freguesia que nos fornecesse o seu número pessoal. A notícia foi trabalhada ao longo do dia, estando constantemente em atualização, até ter sido averiguado o estado de saúde das duas vítimas que, felizmente, acabaram por sobreviver ao ferimentos graves que sofreram durante o incêndio.

O segundo caso ocorreu no Porto, quando em conversa com a corporação dos Sapadores Bombeiros do Porto, me informaram que de momento, se estavam a dirigir para o Campo 24 de Agosto onde alguns dos cafés tinham sofrido graves inundações. Num curso de ação que achei estranho, o Pedro incentivou-me a ligar para os próprios cafés, na esperança de conseguir conversar com algum dos funcionários, assim o fiz, e assim o consegui, com uma das proprietárias afetadas a conversar connosco sobre o que se estava a passar o que nos permitiu atualizar constantemente a notícia, até os problemas do local estarem solucionados.

A maior permanência dos jornalistas na redação e a sua progressiva sedentarização levou, de certa forma, ao desenvolvimento rotineiro que não se tinha notado nos meses antes. Todos os dias, de manhã, se iam atribuindo trabalhos novos e se ia discutindo o que tinha vindo a ser feito. As reportagens passaram para segundo plano, mas continuaram a ser feitas, agora de forma mais lenta, quando a necessidade de atualização do online estava satisfeita. A “ronda” era feita todos os dias, os emails lidos e verificados, o desenvolvimento de contactos com as fontes tornou-se essencial e embora tenha deixado de ser presencial, tornou-se mais constante, como nos demonstra o diagrama número (inserir diagrama). Passou-se a produzir menos, é verdade, mas produz-se de forma mais constante e independente, soltaram-se as amarras da dependência da agência, ficando submetidos agora, apenas à rigorosa regra do tempo.

6.2.6. Reportagens e fontes

Em toda a honestidade, das 7 dezenas de notícias que produzi ao longo do meu estágio, creio que uma boa parte delas não são dignas de menção, não por falta de confiança e qualidade no meu trabalho, mas talvez pela extrema banalidade de muitas delas e pelo pouco esforço que se encontra por trás da sua realização. Para evitar que o texto se vá alongando indefinidamente de forma desnecessária, para levantar uma discussão sobre a importância e a relevância que as fontes tiveram no meu trabalho (e que inspiraram esta tese) ao longo destes seis meses, fiz uma seleção de 4 reportagens que realizei, por ordem cronológica:

1. “Os atletas mais fortes de Portugal estão na segunda edição do Maia PowerExpo” (9 de Outubro de 2015);²²
2. “Jovens do Porto realizam voluntariado em África” (3 de Novembro de 2015)”²³;
3. “Porto reúne ases dos videojogos competitivos” (5 de Novembro de 2015)²⁴;
4. “O terror em Paris nas palavras de um casal que o viveu” (15 de Novembro de 2015)²⁵;

Os motivos pelo qual escolhi estes trabalhos em particular e não outros deve-se ao elevado número e à diversidade de fontes utilizadas em cada um deles. No caso da última entrevista sobre o casal em Paris, deve-se ao impacto que teve em outros órgãos de comunicação social que me vieram pedir informações sobre a peça.

Primeiro, na nossa ordem de trabalhos, os atletas mais fortes de Portugal. Desde 2010 que me encontro envolvido na área, tendo participado na edição de 2011 enquanto membro da organização e soube da possibilidade da existência do concurso de 2015 através de um amigo. Como ainda não existia qualquer tipo de informação do certame, propus à Ana tentar contactar com aquele que achava ser o possível organizador, Nuno Araújo, assim o fiz, e confirmou-me o desenvolvimento da segunda edição do Maia PowerExpo.

A minha ideia para esta reportagem, ficou bem clara desde o início. Não queria reportar sobre o evento, era mais um como tantos outros. Queria, como atleta, dar a conhecer e contar as histórias de vida das pessoas que se dedicam à prática diária dos desportos de força e espetáculo, apresentar uma faceta humana às suas lutas e conquistas, aos seus desafios e provações, ao sangue, suor e lágrimas que todos os dias deixam escorrer no ferro que levantam, que lhes transforma o corpo e a mente.

22 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/desporto/maia-powerexpo/> [Consultado em: 25/052016]

23 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/cidade/leigos/> [Consultado em: 25/052016]

24 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/inteligencia/porto-reune-ases-dos-videojogos-competitivos/> [Consultado em: 25/052016]

25 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/cidade/casal-portugues-estava-em-stade-de-france-na-noite-dos-atentados-em-paris/> [Consultado em: 25/052016]

Nos primeiros contactos deparei-me com alguma resistência por parte de alguns entrevistados, tendo alguns dos meus pedidos para entrevista sido completamente ignorados. Ouvi queixas de atletas e treinadores sobre a forma tendencialmente negativa como a comunicação social tendencialmente expõe estes eventos, parodiando os atletas e remetendo sempre o foco da discussão para o abuso de substâncias ilegais para o rápido crescimento muscular e aumento da performance.

Nuno Araújo, organizador da prova e veterano no ramo, já organiza eventos semelhantes há mais de 10 anos, apresenta-se sempre como um inovador da modalidade. Fui entrevistá-lo, na hora de almoço, à sombra da Casa da Música onde me revelou o trabalho que tem realizado e os seus planos para o futuro do desporto. Surpreendido pela sua honestidade, elogiou e criticou atletas, organizadores, patrocinadores, jornalistas e municípios. Durante a conversa, confessou estar desapontado com o estado do jornalismo desportivo em Portugal, acusou as redações de desporto de serem uns “velhos do restelo” e que a pouca atenção que dão à modalidade seja num prisma pouco positivo e sério. Aproveitou para elogiar o meu trabalho quando lhe revelei as minhas intenções em não querer cobrir o evento em si, mas sim, os atletas rapidamente me presenteou simbolicamente com um poster promocional se disponibilizou a fornecer-me mil e um contactos de alguns dos atletas que poderiam marcar presença nas mais diversas modalidades em exposição- uns falaram, outros recusaram. Denoto de mais infeliz as suas tentativas passivo-agressivas de tentar dar um título à minha reportagem e as inúmeras sugestões que me ia oferecendo, insistindo que eu “escrevesse aí” o que lhe vinha à cabeça, o que me deixou um pouco desconfortável. Isto teve em mim o efeito contrário, e embora não possa negar uma certa piada às suas *catch phrases*, recusei a utilização de todo o material que me forneceu, fotos inclusive.

Conversado com o organizador, preocupei-me em contactar, de seguida, com atletas e treinadores. Em seguida dirigi-me ao Six Pack Academy, um ginásio “underground” liderado pelo antigo segurança e atual “StrongMan”, Bruno Leal, cara conhecida no ramo. Já tínhamos sido parceiros de ginásio uns anos antes e o mesmo estive na competição de 2011, pela qual passei. Bastou uma chamada telefónica a um colega em comum para obter o seu contacto. Combinamos uma entrevista para o final da tarde.

Tal como Nuno Araújo, Bruno demonstrou-se prestável e simpático, entre cumprimentos e elogios à minha iniciativa, ia-me oferecendo café e insistia que dedicasse um dia a assistir aos treinos dos vários atletas que ia levar à competição. Não obstante a sua simpatia, notava a reticência em algumas das suas declarações, tentando, ao máximo, passar uma imagem positiva do desporto que representa.

Contou-me histórias ao longo de duas horas, de si, dos que treina, das suas competições “lá fora” e das suas aventuras enquanto atleta semi-profissional contra os gigantes (literalmente!) dos países nórdicos, das toneladas que levantavam, empurravam e arrastavam.

Ao longo da nossa conversa, um indivíduo alto, claramente encorpado movia-se constantemente para dentro e fora da sala, decidi convidá-lo para se juntar à conversa, o seu nome era Bruno, também, Bruno Cunha. A irrequieta figura acabou por se revelar a grande aposta do seu treinador, Bruno Leal, para a vertente de culturismo. Bruno Cunha encontrava-se numa fase crítica da sua preparação e o peso que a dieta e os treinos estavam a ter no seu corpo transbordava para a sua entrevista, com alguma dificuldade em expressar-se, alegando cansaço. Ao contrário do seu treinador, não me falou de glórias mas de dificuldades, das exigências e dificuldades da vida de culturista, que co-habitam com o trabalho e os estudos (Bruno tem 29 anos e encontra-se a estudar desporto). Saí de lá satisfeito com a conversa prolongada que tivemos e mais tarde apareceu Carlos Romão, um dos fotógrafos ao serviço do P24 para tirar as fotografias necessárias para a reportagem.

Ao chegar à redação, decidi contactar o “Gigante de Aveiro”, Adérito Santos, o mais internacional atleta português das modalidades de força. Dado o nosso afastamento geográfico e, por muito pena minha, a entrevista realizou-se por telefone. Conversamos quase uma hora, descreveu-me o seu longo percurso e explicou-me, numa conversa sóbria e elucidativa, o que é necessário para vingar no universo competitivo da força. Desmedido nas palavras, tal como os entrevistados anteriores, referiu-se também à cobertura negativa da comunicação social mas atribui esta realidade, não aos jornalistas, mas sim aos organizadores, treinadores e atletas que compõe o mundo do culturismo e do “Strongman”, acusando-os de serem tendencialmente fechados o que contribui para reforçar a má imagem que este tipo de desportos costuma transmitir. Apontou o dedo

também a alguns colegas e organizadores, pela falta de “calo competitivo” e pouca dedicação, o que faz com que Renato tenha de se dirigir frequentemente a Espanha para poder competir, reforçou que não faz porque o quer, mas por necessidade.

Após conversar com Adérito, entrei em contacto com mais alguns atletas, mas a qualidade das entrevistas não se revelou tão frutífera como as que aqui expus, e uma boa parte deles recusou falar. Com as informações recolhidas, passei à redação da reportagem que dividi em 4 partes: uma primeira meramente introdutória; a segunda com informação sobre os organizadores, treinadores e os atletas em competição; a terceira sobre as dificuldades dos mesmo e por fim, a quarta, sobre a necessidade de fazer “crescer e informar” mais sobre estas modalidades.

A minha segunda reportagem surgiu por iniciativa da Ana, que recebeu um convite para se apresentar na sede da Leigos, no Porto, a fim de assistir a uma das suas reuniões. Dada a sua indisponibilidade, decidi passar a história para mim. Após contactar com a Leigos do Porto, decidiram reencaminhar-me para Lisboa, onde conversei com a responsável do departamento de comunicação que desde o primeiro instante se demonstrou muito prestável e jurou-me que, no prazo máximo de uma semana, teria todos os contactos necessários para realizar as minhas entrevistas. Apenas lhe exigi que todos os contactos que me fossem fornecidos seriam de gente da área metropolitana do Porto.

Ficou estabelecido na redação que iria conversar com um determinado número de voluntários que foram para África nos anos anteriores e que a reportagem focar-se-ia em contar as suas histórias, enquanto membros dedicados de uma comunidade e não enquanto membros da “Leigos para o Desenvolvimento”.

O email chegou e combinaram-se as entrevistas pessoalmente, o que acabou por se revelar um pouco inviável, dado a carga de trabalhos que possuía na altura, então, todos acordaram ser entrevistados por telefone. Dos números que recebi, apenas 3 responderam às chamadas: A Carlota, o Francisco e a Susana. Após conversar individualmente com cada um deles, dediquei-me a escrever a peça. Ao pensar uma divisão para a mesma, acabei por achar melhor contar as histórias de cada um de forma individual, tal como as mesmas me tinham sido contadas, assim, ficou dividida em quatro partes, uma apresentação/contextualização ao que se seguiu o testemunho da “Carlota,

dedicada e despreocupada”, o de “Francisco Rodrigues, uma vida de voluntariado” e, por fim, “Susana Magalhães, espiritualidade e internacionalização”. Embora o contacto com os entrevistados não tenha registado nenhum sobressalto digno de menção, o contacto com o departamento de comunicação foi tudo menos normal, com insistências constantes para lhes mostrar o meu trabalho antes de ser publicado e de estar concluído. Embora queira acreditar que não houvesse qualquer intenção maliciosa da sua parte, a jogar pelo seguro, recusei-me a responder a quaisquer emails que pedissem para mostrar qualquer peça por publicar.

Para aquela que considero ser a minha reportagem mais completa a nível de fontes, acabei a explorar um tema que tem vindo a crescer no universo jornalístico que sempre me fascinou tremendamente, os videojogos e o seu crescimento, a sua passagem enquanto uma atividade lúdica para o “mainstream” da cultura *pop* a nível mundial.

Aproximava-se a segunda edição do Lisboa Games Week, o maior festival de videojogos em Portugal e um dos 5 maiores da Europa. Por curiosidade, os grandes participantes do certame advém da cidade do Porto. Estava empolgado para escrever, por fim, uma reportagem sobre algo que entendo bem e gosto de trabalhar.

Como já se começa a formar padrão, não deve ser surpresa que voltei a evitar cobrir o evento em si mas quis, no entanto, contar as histórias de vida daqueles que participam nestes eventos dos videojogos competitivos, uma área em crescimento acelerado pelo mundo fora, tanto que até a própria RTP possui um programa próprio para a sua cobertura, o RTP Arena²⁶. Histórias de vida e dar a entender o relacionamento profundo entre jogadores, treinadores e o videojogo, demonstrar a excitação da competição e da participação.

Pertencendo a este universo desde miúdo, não posso negar o meu envolvimento em muitas das suas atividades, já tinha realizado algum trabalho enquanto “content writer”, já pertenci a várias comunidades portuguesas de videojogos e de momento, encabeço uma delas, conheço e sou amigo de alguns jogadores, dessa forma, para evitar qualquer conflito de interesses, exclui a hipótese de envolver algum dos meus conhecidos na reportagem que estava prestes a realizar a não ser para obter alguns contactos. De qualquer das formas, não posso negar uma vontade enorme e um prazer

²⁶ Disponível em URL: <http://www.rtp.pt/arena/> [Consultado em: 25/052016]

infinito na minha contribuição e tentativas de tentar tornar os videojogos cada vez mais “mainstream”.

O que é, então, o Lisboa Games Week? Consiste numa feira, como muitas outras, dividida em duas vertentes: um evento de exposição e um com elementos competitivos ligados aos desportos eletrónicos (*Esports*). Quis saber mais sobre quem ia estar lá e então dirigi-me à “Alientech”, uma recôndita loja de informática situada em Cedofeita, conhecida e adorada por jogadores de todo o lado. À altura da realização da peça, a “Alientech” tinha acabado de reunir alguns dos melhores jogadores nacionais e agora queriam dirigir-se a Lisboa com a pretensão de se sagrarem campeões nacionais, derrubando o colosso nacional que eram os “K1ck Esports” num jogo de “Counter-Strike”.

A entrevista com os elementos da “Alientech” foi memorável, tanto pela positiva, como pela negativa. Começamos pelo lado bom: fui extremamente bem recebido nas suas instalações, pelo seu treinador e jogadores e também acionistas. A entrevista foi longa e detalhada e foram-se juntando cada vez mais elementos à medida que ia entrando no edifício, graças a isso, foram obtidos muitos pontos de vista diferente.

Negativamente, a presença do acionista principal da empresa criava um ambiente de clara tensão e assegurava que apenas as informações corretas me eram transmitidas. Não foram raras as vezes em perante algumas das minhas questões, os entrevistados viram-se claramente para a figura de autoridade na sala com a interrogação “Posso responder?”, ao que de seguida o empresário dava o seu aval, ou não. Perante esta situação, interrompi a conversa para reiterar a importância de sermos todos o mais honestos possíveis nas informações que me forneciam, caso contrário acabariam por ser inutilizadas. Ainda que isto os tenha sensibilizado, o clima de algum desconforto e desconfiança acabou por se manter ao longo de toda a entrevista que durou cerca de uma hora, uma hora e meia.

Em seguida, entrei em contacto com a E2Tech, a empresa que organiza o Lisboa Games Week, com quem já tinha estabelecido algumas ligações antes, precisamente há um ano atrás, pois necessitei de conversar com eles para escrever um artigo para o P3. Por experiência já sabia que seria complicado conversar com eles por telefone, fui

insistindo por email que me ligassem até que, por fim, o fizeram. O que resultou da nossa breve conversa pouco mais foi do que uma resenha geral do que seria o evento que se estava a realizar e os números de gente que estiveram lá o ano passado e as previsões para este.

Se de um lado estão os “Alientech”, do outro andarão os “K1ck”, que já andam nisto há 20 anos, como fizeram questão de deixar claro: “Alive and K1cking”. Esta organização destaca-se dos demais e tornou-se uma paragem obrigatória no meu percurso pois os seus jogadores possuem estatuto de profissionais, isto é auferem de um salário mensal, à semelhança de qualquer outro emprego, para jogar videojogos.

Reuni-me com Pedro Fernandes, dono e CEO, que me convidou para um almoço lá para os lados do Marquês. Esperando uma pessoa relativamente jovem, para minha surpresa apresenta-se um individuo nos seus quarentas, programador de profissão, engenheiro de formação.

O que deveria ter sido uma entrevista, acabou extravasar numa conversa, o que deveria ter durado pouco mais de uma hora, prolongou-se por mais de três e o que deveria ter sido um assunto contido, ampliou-se aos cantos menos conhecidos da indústria dos videojogos em Portugal. Falou-me da vertente positiva das competições e de quanto os videojogos tem vindo a ganhar relevância em Portugal. Discutiu e forneceu-me informação sobre alguns dos problemas, rivalidades e conflitos internos entre organizações. Estranhei a sua abertura e frontalidade, mas acabei por reconhecer isso como um traço da sua personalidade, que se manteve ao longo dos contactos seguintes que fomos tendo.

Tão boa deve ter sido a conversa para Pedro que no final, ofereceu-me um lugar no K1ck como assessor de imprensa e *content writer* caso estivesse interessado. Admito que colaborar com uma empresa da magnitude dos K1ck sempre foi uma das minhas ambições mas tive de recusar, dado a incompatibilidade do exercício simultâneo de funções enquanto jornalista e de assessor (como já vimos no ponto “O jornalismo e o ciberjornalista”). Acresceu-se a isso o facto de já possuir outro emprego, que já estava a ter alguma dificuldade em conciliar com o estágio, mais trabalho seria impensável. Eu e o Pedro mantemos, ainda hoje, uma relação de cordialidade.

Os últimos dias antes do evento foram pautados por alguma confusão que, sem surpresa, acabou por se refletir no meu trabalho, pois precisava de informações corretas para terminar a reportagem e ninguém, nem organização nem patrocinadores me sabiam dar, pois algumas das equipas tinham abandonado a competição devido a problemas alheios à sua esfera de controlo. Telefonei para todos os intervenientes e ninguém me sabia dar respostas, apenas se limitavam a reencaminhar-me de uns para os outros. Por fim, a ASUS ROG, patrocinador do torneio, acabou por me ligar a confirmar as presenças das novas equipas. A reportagem estava retocada e terminada.

Após o lançamento da mesma, recordo duas palavras que me foram dadas por dois entrevistados umas semanas mais tarde, um deles, aqui não mencionado, André, membro da equipa “Alientech” e outro, pelo Pedro, dos K1ck. A primeira, extremamente elogiosa pelo bom trabalho realizado e uma demonstração de disponibilidade por parte do André caso dele necessitasse. Por outro lado, Pedro revelou estar claramente incomodado com a reportagem, e argumentou que dei pouca importância ao trabalho que ele e os K1ck têm vindo a realizar no panorama nacional. Recordei-o que, tal como tínhamos acordado na entrevista, o trabalho era sobre as equipas portuguesas que iam participar no torneio e por isso os K1ck não receberam qualquer tratamento ou destaque em especial e o espaço de texto dado a uns, foi dado a todos os outros, o assunto ficou por ali.

Por último, mas não menos importante, quero deixar aqui o meu relato sobre a realização do trabalho que considero ser o meu *magnum opus*. Paris, cidade do amor, em Novembro, cidade do terror. Foi no dia 11 que as bombas rebentaram perto do State de France e o Bataclan foi invadido, os transeuntes massacrados e no meio da confusão, perdidos por Paris, um jovem casal português.

Sexta-feira, dia 11, um dia como tantos outros, chegava da redação quando o Washington Post deu a notícia do ataque. Os relatos eram confusos, e às vezes contraditórios, como tantos outros portugueses, preocupei-me com os familiares em Paris, felizmente, nenhum se encontrava nos locais atacados. Perguntei se conheciam alguém que estivesse lá e se encontrasse disposto a falar comigo sobre o que se estava a passar, mas não. Procurei uma história, mas em vão, até que, no dia seguinte, sábado, quando me preparava para ir trabalhar, chegou-me pelo Facebook, uma foto da Daniela

(colega socióloga da Faculdade de Letras da Universidade do Porto), no State de France, onde afirmava que tudo se encontrava bem com eles e já tinham regressado a Portugal (felizmente). Entrei diretamente em contacto com a Daniela, mesmo antes de questionar o Pedro ou a Ana sobre se o deveria fazer, creio que a urgência de procurar uma história acabou por levar a melhor sobre mim. Perguntei-lhe, enquanto colega, se tudo estava bem e, como jornalista, se não se importava de me dar um testemunho dos eventos da noite anterior. A Daniela aceitou responder às minhas questões, mas com duas condições: que o seu testemunho fosse dado por escrito (email) e o Bruno, seu namorado, pudesse dar a sua versão dos acontecimentos. Concordei e pedi que me fornecessem quaisquer fotos e vídeos que tivessem dos momentos que passaram. Daniel concordou.

Ao final do dia fez-me chegar um relato abastado, detalhado, impressionante, pessoal e emotivo do que viu e passou naquela noite. Era bastante perceptível, na sua escrita, que tinha tanto de relato como de reflexão, os traços da pessoa que é, uma escritora calejada.

O detalhado relato contava-me, passo a passo, o que se foi passando desde o momento em que as primeiras bombas rebentaram perto do estádio e a fuga desenfreada do mesmo, após terem ficado confinados, pelas forças de segurança. Daniela e Bruno contaram que o pânico inicial que se registou nas ruas de Paris deu lugar a um tenebroso silêncio, o ar pesado do medo e da morte, interrompido ocasionalmente pelo som passageiro dos veículos ambulatorios e pela conversa dos militares que ocupavam as ruas parisienses. Paris encontrava-se sobre ataque pela primeira vez após o término da Segunda Guerra Mundial.

Escrever a notícia exigiu especial atenção dado a minha dificuldade em manter alguma imparcialidade no tema. É complicado não desprezar e criticar o mal que foi feito.

A discussão da imparcialidade jornalística foi de novo levantada quando Graham Satchell, repórter da BBC, claramente emocionado, entre choros afirma: “*There's certainly hope here in Paris*”²⁷ o que levou à produção de uma série de artigos de opinião a criticar a sua postura “pouco profissional”, por ter demonstrado um lado

27 Disponível em URL: <http://www.independent.co.uk/news/people/paris-attacks-bbc-reporter-breaks-down-during-live-broadcast-a6737811.html> [Consultado em: 25/052016]

humano ao profissional, colegas de profissão foram rápidos a premir o gatilho da crítica, apontando-lhe a falta de imparcialidade e o demonstrar de sentimentos.

Discordo com as críticas, e o que Graham fez foi antes um serviço à profissão e, longe de merecer críticas merece louvores. Louvores por se dirigir a uma zona perigosa, louvor por fazer o trabalho de forma humana, o jornalista nunca foi, nem nunca será (espero eu), uma máquina de escrever, publicar e divulgar notícias. A motivação deve vir da vontade de levar ao público acontecimentos da forma mais imparcial possível mas, por vezes, é tão difícil conter uma gargalhada e em situações menos sérias, como é complicado aguentar o choro num momento de tristeza. A imparcialidade nunca esteve em causa, quando a única faceta que demonstrou foi o mais nobre dos sentimentos humanos, a empatia.

O artigo acabou por ser publicado no Domingo de manhã, e à hora de almoço recebo uma chamada de Manuel Bento, jornalista do Correio da Manhã, perguntando-me se estava a falar com o Nuno que escreveu o artigo sobre o casal em Paris. Quando confrontado com a resposta afirmativa, pediu-me se lhe poderia facultar os contactos da Daniela e do Bruno, dado que os desejavam entrevistar também. A TVI24 também deu uma notícia sobre o assunto e vários sites online fizeram uso do meu artigo e do que foi publicado pelo Correio da Manhã, como foi o caso da página online da freguesia de Leça da Palmeira. Infelizmente, o meu nome ou do Porto24 raramente apareciam creditados, mas devo confessar algum prazer e orgulho por ver que um trabalho meu foi digno de nota e réplica de alguns órgãos de comunicação social mais reconhecidos e com mais recursos. No dia seguinte, segunda feira, ao chegar à redação fui recebido com um: “que bem sacado, Nuno!” dos meus colegas de redação e os parabéns da Ana, minha orientadora de estágio.

6.2.7. Outras (des)aventuras

Por fim, para encerrar este relato, vou descrever brevemente outras coisas que fui realizando ao longo dos seis meses, onde produzi cerca de 70 notícias (para o online) e mais 5 para o impresso. Em seguida, vou encerrar esta parte do meu trabalho com

algumas reflexões pessoais sobre o que aqui fui escrevendo, ao longo destas últimas 20 e poucas páginas.

Desde o primeiro dia que a Ana fez questão de me deixar saber que estar a estagiar no Porto24 implicaria trabalho, muito trabalho. Ia ter de procurar as minhas próprias notícias e desenvolver um estilo próprio de as escrever. Teria de ir a conferências e apresentações, de cumprir prazos apertados e de trabalhar de forma correta e sobre pressão. O contacto com as fontes seria obrigatório sempre que possível e teria de desenvolver os meus próprios contactos e a minha própria agenda, conhecer os assessores e figuras dos locais que iria frequentar e visitar, fiar-me apenas em *press releases* era inaceitável a não ser que tal fosse absolutamente necessário, contacto direto com a fonte era quase sempre exigido.

Fazia calor na tarde de dia 29 de Setembro quando me dirigi ao Teatro Municipal do Porto (Rivoli) para marcar presença na conferência de imprensa que ia apresentar o FIMP (Festival Internacional de Marionetas do Porto) à comunicação social. A sala estava cheia, e até tive o prazer de encontrar por lá dois colegas, o Julien Vergé e a Inês Fonseca, que estavam, à altura, a estagiar no JPN, à espera de serem conduzidos o *Público* e à *TSF*, respetivamente. Foi a primeira conferência de imprensa a que assisti e, para minha surpresa, não eram só os jornalistas que enchiam a sala e todos os formalismos eram dispensados, não foi requisitada qualquer informação, entregaram-nos um dossier com a programação do evento e conduziram-nos a uma larga sala cheia de câmaras e microfones de rádio e com as cadeiras emaranhadas em fios. À nossa frente, sentavam-se os organizadores do evento e, o agora falecido, Paulo Cunha e Silva. Após uma conferência longa, foi caminhar em passo acelerado até à redação para ter o artigo pronto ao final do dia e já passava das 16 horas. O primeiro de muitos, foi numa quarta²⁸.

Na sexta que se seguiu, a Ana encomendou-me de acompanhar o Pedro à Câmara Municipal do Porto onde Rui Moreira ia prestar declarações aos jornalistas sobre a solução encontrada para resolver o problema da ilegalidade do Centro Comercial Cidade do Porto. Ao chegar à escadaria, pela manhã, esperei o Pedro e estranhei, de novo, a facilidade com que nos deixaram entrar, sem muitas perguntas,

28 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/cultura/fimp-regressa-a-casa-apos-9-anos-ausente-do-rivoli/> [Consultado em: 25/052016].

apenas nos perguntaram quem era e de onde vínhamos. Na sala de conferências esperavam os assessores do presidente que iam cumprimentado os jornalistas e nos iam entregando uma folha com o discurso que Rui Moreira ia proferir. Após o presidente ter falado, foi dado espaço para questões aos jornalistas presentes e recorde a resiliência da jornalista do Público, que sou incapaz de identificar de memória, em questionar Rui Moreira sobre todos os passos do processo. Fomos rápidos a chegar à redação e pelo caminho Pedro perguntou-me se desejava ser eu a escrever a notícia mas recusei, dado a minha pouca familiaridade com o tema. Pedro perguntou-me também sobre o estágio e como o estava a conseguir conciliar com o meu emprego, como cheguei a jornalismo e o que queria dele, falou-me do seu percurso profissional e como chegou ao Porto24, uma conversa de desconhecidos (à altura) que guardo com algum carinho pela sinceridade e frontalidade.

A notícia sobre o InvictaCon 2015²⁹ destaca-se por se ter afirmado como um curioso caso de procura por informação. Não me recorde ao certo de como chegou a dica da notícia à redação, mas provavelmente deve ter sido encontrada online por algum de nós e encarregaram-me de tentar contactar com os organizadores do evento e a única informação que possuíamos sobre o mesmo era um breve “post” num fórum de entusiastas de jogos de tabuleiro e uma imagem com informação sobre alguns dos patrocinadores do certame (sem qualquer informação sobre quem se encontrava a organizá-lo). Procurei, em vão, informações sobre a organização. Quando estava prestes a desistir, foi Simão quem me veio ajudar e começou a procurar online todos os patrocinadores presentes no cartaz informativo, ideia que nunca me tinha ocorrido e, passado um tempo, entregou-me uma lista com uma série de contactos para eu lhes ligar e um pouco de pensamento paralelo por parte do meu colega, solucionou um dos meus problemas com um *modus operandi* que nunca me teria ocorrido, felizmente, aprendi bem cedo que a procura paralela por fontes de informação era não só necessária quando essencial no quadro da produção jornalística.

29 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/praca/300-jogos-e-o-que-invictacon-2015-tem-para-si-por-terminar/> [Consultado em: 25/052016].

O Bienal de S.Paulo³⁰ veio a Serralves pela primeira vez em Outubro de 2015 e para o seu evento pré-inaugural foram chamados vários órgãos da comunicação social a marcarem presença. Dado que moro “ao lado” do museu, estar lá coube-me a mim, e à tarde, estaria no Marquês, a realizar a reportagem dos Homens mais fortes de Portugal, já mencionada, um dia ocupado, portanto. Dirigi-me a Serralves por volta das 10 da manhã, com o começo programado para as 10h30. Mais uma vez, estranhei a facilidade com que se pode entrar neste tipo de eventos, apresentei-me como Nuno Carvalho Marques e nem me questionaram de onde vinha, as assessoras aproximaram-se e apresentaram-se, presenteando-me com mais um dossier como tantos os outros que já se iam acumulando na minha secretária, contendo a programação e a explicação sobre cada uma das peças em exposição. Fomos conduzidos, durante cerca de uma hora, por 2 curadores e pela atual diretora do Museu de Serralves, Suzanne Cotter, muito bem dispostos e brincalhões, aceitaram responder a todas as nossas questões sobre o que íamos vendo. No final, antes de me ir embora, deixei o meu contacto pessoal, telefone e de email com as assessoras, que desde então fazem questão de me convidar para todas as apresentações dedicadas à comunicação social.

Quando num final de dia de uma quarta feira o Simão me pediu para dar uma vista de olhos a uma nova startup portuense³¹ que se encontrava a desenvolver uma nova versão do seu produto de nome “Lapa” decidi contactar diretamente com os responsáveis pelo mesmo. Para contexto, o “Lapa” é um dispositivo que se pode prender a um objeto importante e, através de uma aplicação de smartphone, conseguimos rastrear o mesmo, caso o mesmo se acabe perdendo. Simão e Pedro avisaram-me, entre risos, para ter cuidado ao falar com algumas pessoas ligadas à área das tecnologias, que podia ser uma experiência pouco agradável no que à conversa diz respeito, brincando com “as dificuldades de articulação dos tipos ligados às tecnologias”. Descartei as suas preocupações como meras brincadeiras de jornalistas aborrecidos ao final de um longo dia de trabalho, além de tudo mais, eu encontro-me

30 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/cultura/pela-primeira-vez-apos-60-anos-exposicao-bienal-de-s-paulo-vem-serralves/> [Consultado em: 25/052016].

31 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/inteligencia/startup-portuense-lanca-campanha-de-crowdfunding-para-gadget-inovador/> [Consultado em: 25/052016].

intimamente ligado à área das tecnologias e já tinha produzido uma série de peças jornalísticas sobre a área, todas sem qualquer incidente.

Uma vez seria inevitável, ao ligar para as instalações, várias pessoas iam passando o telefone de mão em mão até que, finalmente, chegou a um responsável que, quando questionado sobre o que fazia o novo produto em relação ao anterior, apenas me ia repetindo a mesma informação constantemente “é melhor que o anterior em tudo, tem mais alcance, é mais ergonómico, é melhor em tudo” e por mais que tentasse pedir por explicações, a resposta era sempre a mesma. O meu ar de desespero durante a conversa notou-se, sem dúvida, nas faces sorridentes dos meus colegas que, ao desligar a chamada me fizeram questão de dizer “avisei-te!”. Numa nota positiva, creio que foi a única vez, ao longo de 6 meses de trabalho na redação do Porto24 em que tive uma entrevista que posso considerar constrangedora e pouco produtiva.

O mês de Outubro foi prolífero em atividades culturais para a Cidade Invicta, se já mencionámos o FIMP, falta agora falar de “Os transportadores”³² e dos “Escombros”³³. Importa também recordar a minha “alergia” pelo jornalismo da cultura, mas trabalho é trabalho e tem de ser feito. Numa questão de duas semanas foi-me indicado que teria de comparecer às duas apresentações dos dois espetáculos. Desde cedo alertei na redação que talvez não fosse a pessoa mais indicada para os realizar, dada a minha inexistente familiaridade com os círculos do teatro mas tanto a Ana como o Simão insistiram que lá fosse, com o Simão a assegurar-me que “vais ver que é giro, já lá fui muitas vezes”. Ao chegar às duas apresentações o reduzido número de jornalistas presentes (uns 5 ou 6 em cada, no máximo) deixou-me relativamente confiante do que o que estava prestes a assistir não era para o “comum dos mortais”. Dois dos espetáculos mais singulares que assisti num palco, ainda hoje não sei explicar bem o que vi, entre o psicadélico e o expressionista, a roçar o abstrato, “Os transportadores”, umas figuras altas, pouco definidas passearam durante uns 20 minutos ao som de uma música estranhamente similar à banda sonora de “GlitchHikers”. Nos “Escombros” um conjunto de figurantes atiraram peças de construção para o chão e

32 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/cultura/transportadores-fimp-percursos/> [Consultado em: 25/052016].

33 Disponível em URL: <http://www.porto24.pt/cultura/escombros-em-estreia-absoluta-este-sabado-dia-17-teatro-carlos-alberto/> [Consultado em: 25/052016].

voltaram-nas a apanhar. Quando chegou à altura de conversar com o criador desta segunda peça, o silêncio dos jornalistas foi sepulcral e um pouco embaraçoso, mas felizmente, alguém lá fez 2 ou 3 questões e acabamos por vir embora. Quando chegou a altura de escrever as peças passei uma tarde inteira a olhar para o computador e os meus apontamentos, sem dúvida, a peça mais complicada de escrever (e de entender) com que me deparei durante o meu estágio no Porto24, de facto, jornalismo cultural não é para todos.

6.3. Estudo de Caso

6.3.1. Análise de dados quantitativa: Estudo das Fontes e Notícias

Proponho-me, neste ponto, a responder às questões apresentadas no início desta dissertação utilizando as metodologias de quantificação propostas. Assim, vamos responder às nossa inquirições de forma numérica, apresentando os dados que fui reunindo ao longo dos meses que precederam o término do meu período de estágio. Recordo a “Q1: Qual o nível de predominância de informação proveniente da Agência Lusa no noticiário do Porto24?”. E a nossa hipótese propunha uma dominância acentuada sobre grande parte das editorias e os conteúdos produzidos pela Lusa serão

mais predominantes na de Política, de Sociedade e a de Economia. É de destaque que, o Porto24 tinha o hábito de destacar sempre quando a notícia tinha origem na Agência Lusa com uma menção à mesma não só no texto como também nos autores da notícia. Como podemos ver na seguinte imagem, a autoria do texto remete sempre para a Lusa com acrescentos da Redação:



30 Set 2015, 14:59

CIDADE

STCP, Transportes, Transportes Públicos

ARTIGOS RELACIONADOS

ÚLTIMAS

Há 5 horas

Arte urbana continua a dar nova cara a Matosinhos

Cidade

Há 5 horas

A falta de motoristas era assinalada há muito tempo pelas organizações representativas dos trabalhadores. Foto: Arq/Miguel Oliveira

Texto de **Redação, com Lusa**

NOVOS MOTORISTAS DA STCP ENTRAM FINALMENTE AO SERVIÇO

A Sociedade de Transportes Coletivos do Porto (STCP) admitiu esta quarta-feira 20 motoristas no âmbito do processo de contratação de 139 novos profissionais, o que vai permitir reforçar o serviço.

De acordo com a fonte, na próxima semana serão admitidos mais 10 motoristas, sendo que "em meados de outubro", depois de os 30 profissionais receberem formação específica, já serão integrados na escala de serviço.

O anúncio foi feito pela empresa depois de um início do ano escolar conturbado. Conforme [noticiou esta semana o P24](#), a primeira semana do horário de inverno registou atrasos em diversas linhas, com os motoristas da STCP a dizerem não ter mãos suficientes para tanto trabalho.

Fig.1- Exemplo de notícia que menciona a Agência Lusa como autor

Isto tornou muito mais fácil todo o processo de identificação de origem da notícia, o que não evitou, sempre, a sua leitura na íntegra, para tentar descobrir se os jornalistas do Porto24 tinham decido realizar algum acrescento próprio às mesmas, como aconteceu algumas vezes (Q5). Em seguida apresento os quadros que nos permitem responder à questão.

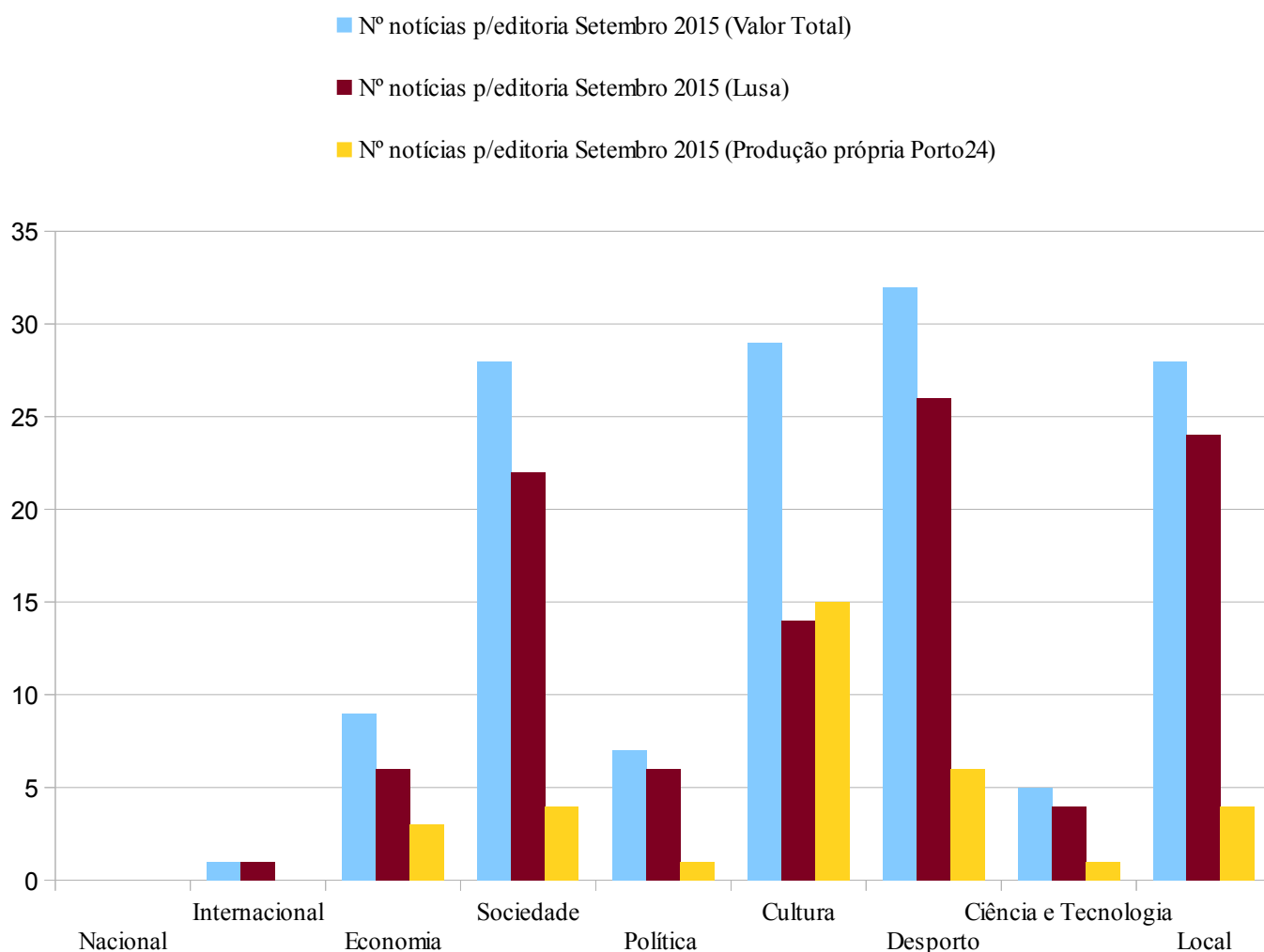


Gráfico 1- Número de notícias por editoria- Setembro 2015 (Valores Totais, Valores de Produção própria do Porto24 e Valores de notícias que usam exclusivamente conteúdos da Agência Lusa).

Recordo o leitor que a contagem do mês de Setembro só se fez a partir do dia 14, isto é, desde o começo do meu estágio, que é quando começa o período de todo este

estudo. Observamos que, neste mês, através do quadro que a presença de conteúdos produzidos pela agência Lusa no noticiário do Porto24 é bastante expressiva (74% do total noticioso) e ocupa um lugar dominante em praticamente todas as editorias com a exceção a ser a de cultura onde os números quase que rivalizam com o de produção própria (15 de produção autónoma e 14 da Lusa). De resto as editorias em que os conteúdos da agência portuguesa mais marcam presença são as de: Sociedade (22 de 28), Desporto (26 de 32) e Local (com 24 de 28). É importante entender que o mês de Setembro foi um momento conturbado para o Porto24 pois foi aqui que o jornal passou da sua edição impressa a unicamente digital e todos os esforços estavam concentrados na produção do jornal impresso, o que me leva a concluir que esta presença da Lusa pode ser encarada como um reflexo desse foco para o impresso e não para o digital. Acredito, portanto, que o mês seguinte, Outubro, cujo trabalho produzido pela redação foi exclusivamente digital seja bem mais representativo da verdadeira expressão da Agência Lusa no noticiário do Porto24. Vamos então observar.

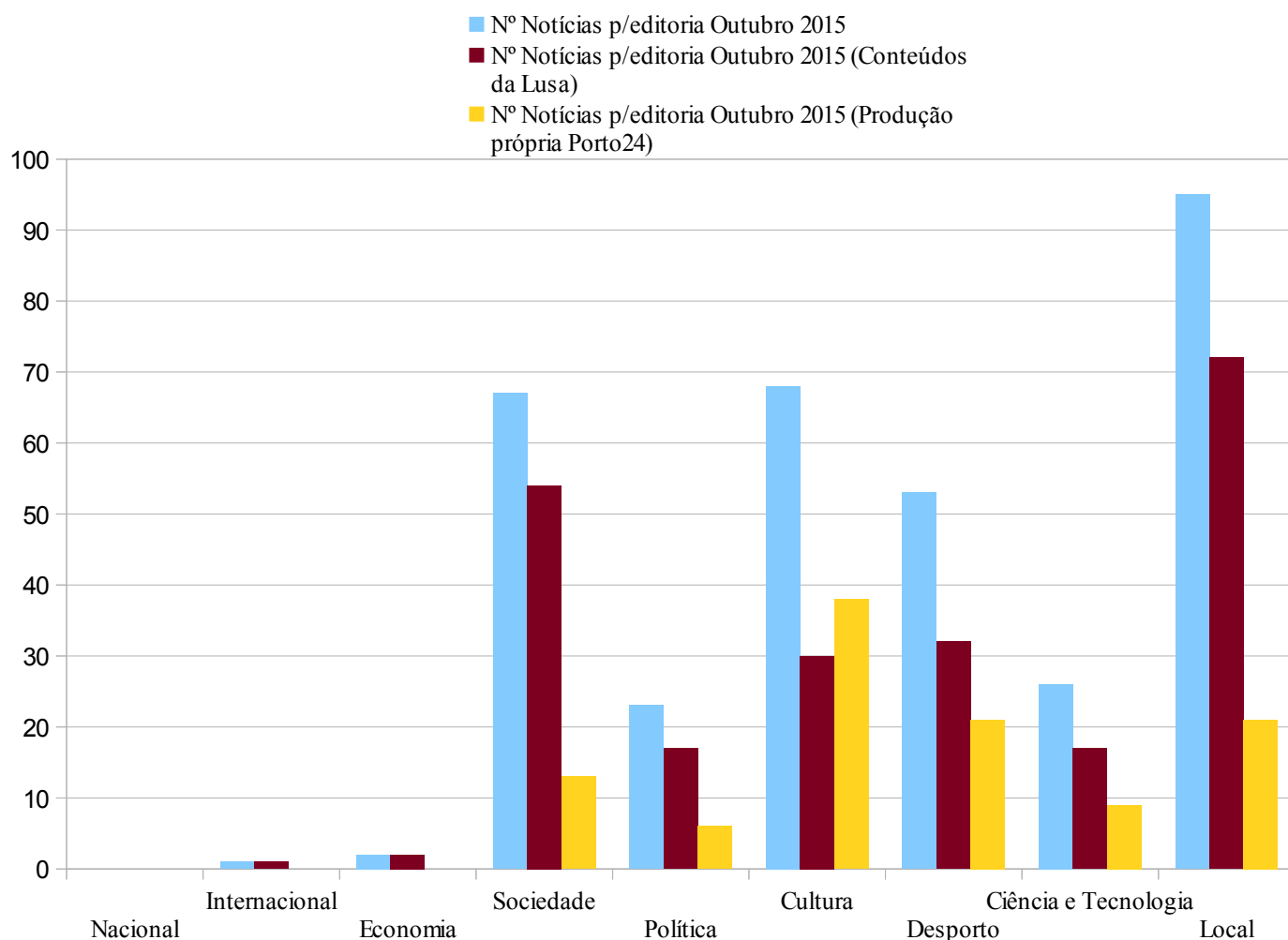


Gráfico 2- Número de notícias por editoria- Outubro 2015 (Valores Totais, Valores de Produção própria do Porto24 e Valores de notícias que usam exclusivamente conteúdos da Agência Lusa).

Não obstante a ênfase para a produção unicamente digital do Porto24, os números demonstram que a mesma situação do mês de Setembro volta a repetir-se em Outubro (67% do noticiário total), com uma dominância dos conteúdos da Lusa nas editorias de Sociedade (54 para um total de 63) e Local (72 de 95) perdendo agora alguma relevância na editoria de Desporto, onde a discrepância entre os conteúdos de produção própria e a utilização dos conteúdos da Lusa aparecem mais esbatidos (32 da Lusa para 21 do Porto24). Mais uma vez a única editoria em que os conteúdos de

produção própria ultrapassam os da Lusa é a de Cultura (38 do Porto24 para 30 da Lusa).

Estes dados comprovam, ainda que parcialmente, a nossa hipótese de uma grande dominância dos conteúdos da Agência Lusa no noticiário do Porto24 mas as editorias em que a Lusa é mais predominante são as de Sociedade, Local e Desporto e não as de Política e Economia cujos números de notícias publicadas são bastante reduzidos.

Quando termina o mês de Outubro terminam os serviços da Agência Lusa para a redação do Porto24 e as notícias produzidas a partir do dia 1 de Novembro passam a ser exclusivamente criadas pelos jornalistas da redação. Em seguida apresento um quadro com o número de notícias por editoria produzidos exclusivamente pelos jornalistas do Porto24, procurando descobrir se podemos denotar algumas mudanças com a saída da Lusa.

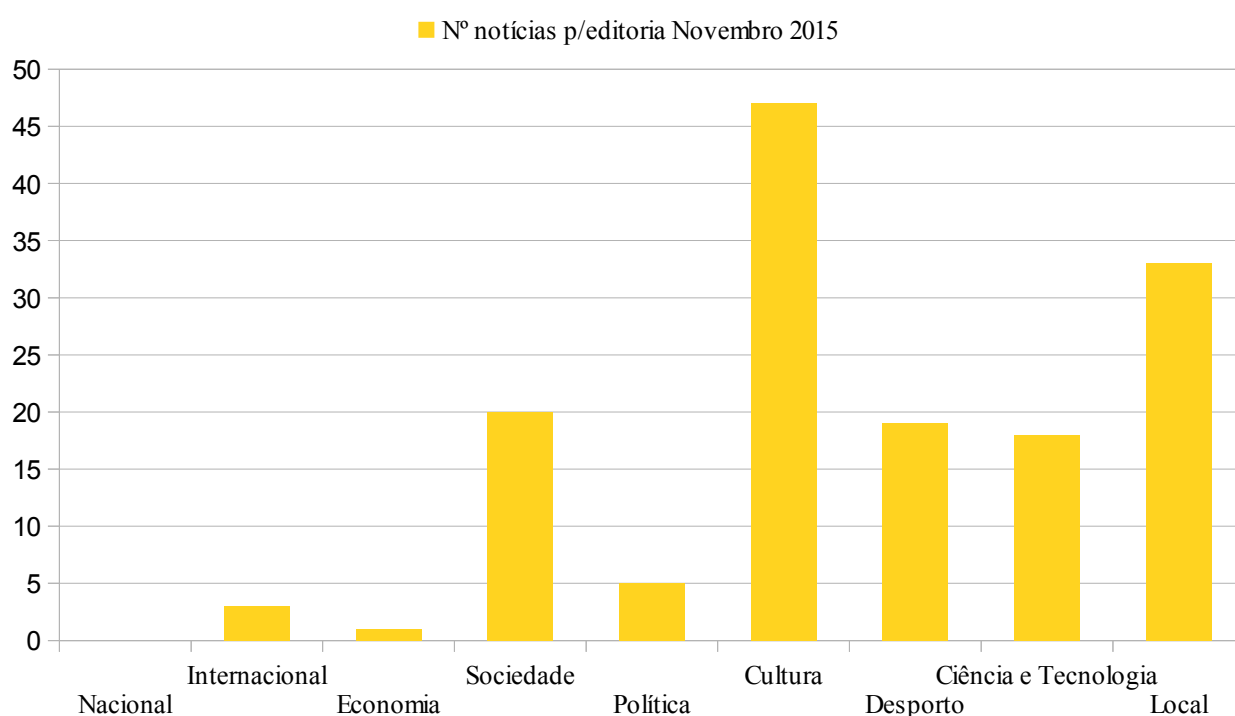


Gráfico 3- Número de notícias por editoria- Novembro 2015 (Produção exclusiva do Porto24).

A primeira conclusão é que a produção própria aumentou exponencialmente- 34 em Setembro e 108 em Outubro- registando uma produção de 146 notícias em Novembro com um destaque bastante perceptível para a editoria de Cultura, elevando-se acima de todas as outras com 47 registos sendo seguida pela editoria de Local (33) e Sociedade (20) e Desporto (19). De certa forma as editorias em que a produção própria se manteve são as mesmas que registavam números mais elevados com a presença da Agência Lusa. Nos meses de Dezembro e Janeiro, como podemos ver nos próximos quadros esta tendência vai-se manter.

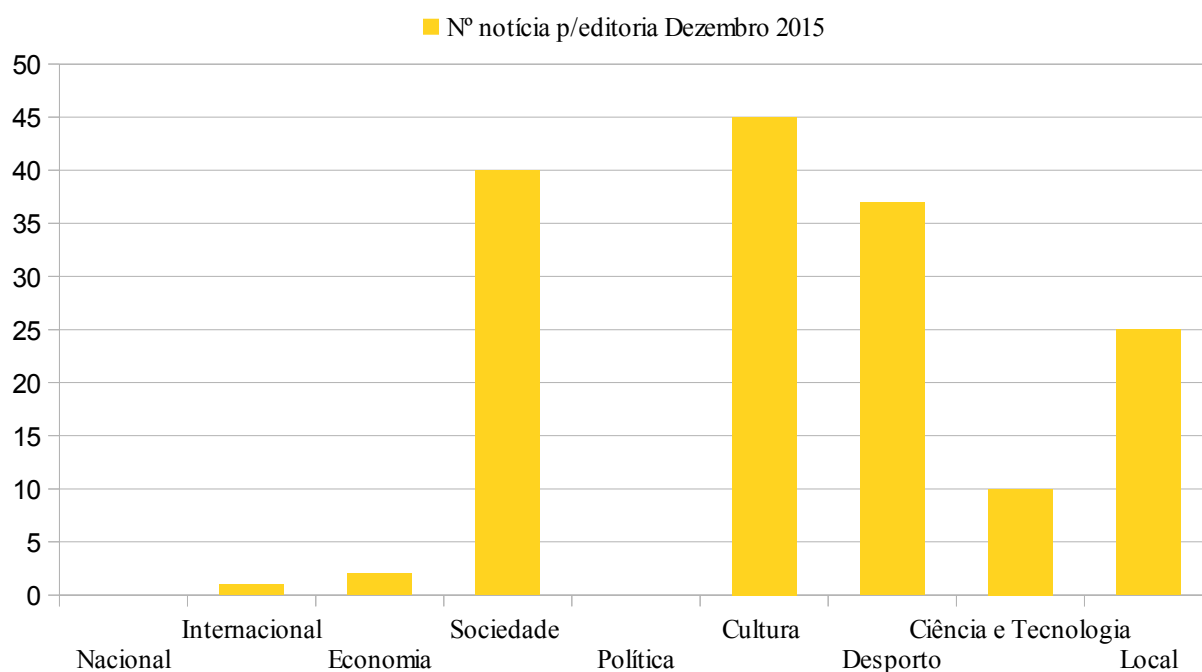


Gráfico 4- Número de notícias por editoria- Dezembro 2015 (Produção exclusiva do Porto24).

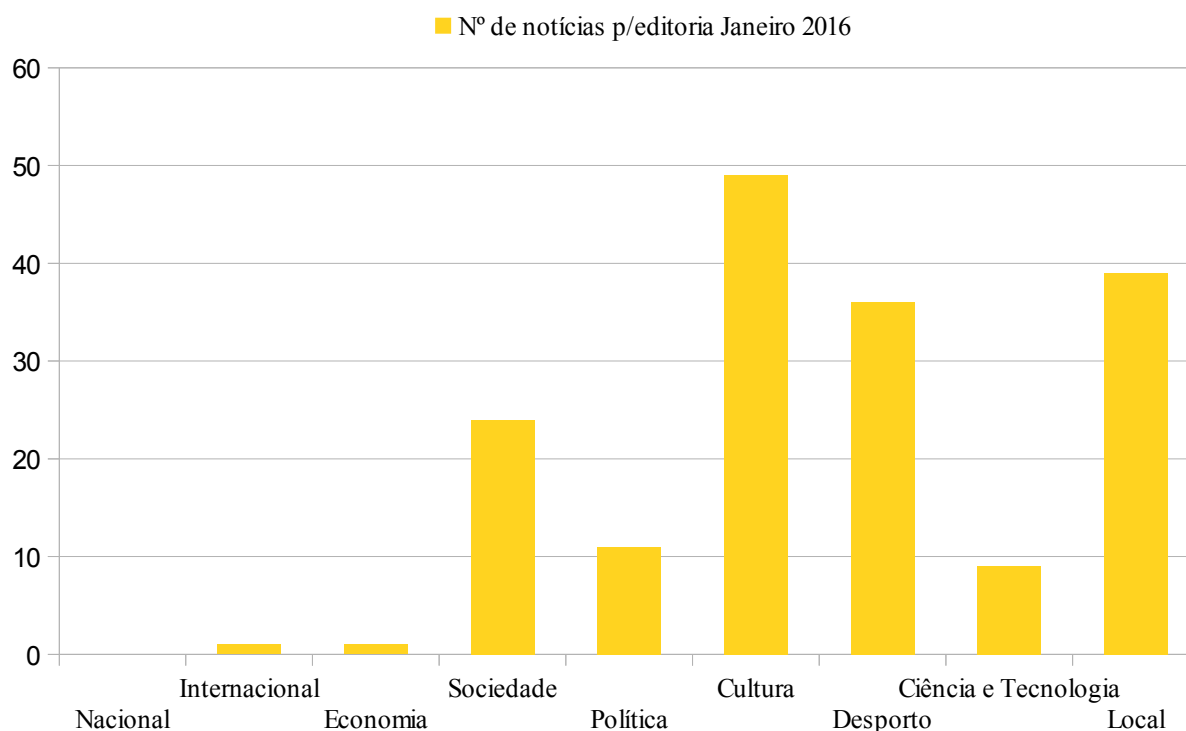


Gráfico 5- Número de notícias por editoria- Janeiro 2015 (Produção exclusiva do Porto24).

Em Dezembro, de novo, destacam-se as editorias de Cultura (45) , Sociedade (40), Desporto (37) e Local (25) e as de Política e Nacional não possuem qualquer registo e a de Internacional com 1 e Economia com 2. Em Janeiro podemos concluir o mesmo: um destaque para a Cultura (49), Local (39), Desporto (36) e Sociedade (24). As editorias de Nacional (0), Internacional (1) e Economia (1) continuam como as que registam menos menções. O motivo que encontramos para explicar a presença de tantas notícias na editoria de Política no mês de Janeiro deve-se à presença constante de Rui Moreira anunciando as suas intenções de uma nova candidatura para 2017.

Concluimos a nossa resposta a Q2 que com a saída da Lusa dos serviços do Porto24 não registamos grandes diferenças a nível editorial, o foco manteve-se em produzir informação ligada à cidade do Porto (às suas gentes e eventos), ao seu ambiente cultural e desportivo, confirmando a nossa hipótese de um aumento do

número de notícias nas editoriais já mencionadas de Sociedade, Cultura, Desporto e Local.

O desaparecimento da Agência Lusa levou a uma alteração das dinâmicas de contacto com as fontes dentro da redação, questionamo-nos se “Q3- Com o cessar do contrato de prestação de serviços entre a Agência Lusa e o P24, em que medida se registou uma procura de diferentes tipologias de fontes por parte dos jornalistas?” e adiantamos que “H3- A tipologia de fontes citadas é mais diversificada, dado que a produção passa a ser autónoma, no entanto o número de fontes citadas por notícia registou uma diminuição acentuada, dados os constrangimentos temporais que se impõem à produção noticiosa autónoma”. Ainda no âmbito da procura por novas fontes tentei apurar em que circunstâncias a informação chegava aos jornalistas com a Q4- “Com a saída dos serviços Agência Lusa da redação levou a uma alteração das circunstâncias em que a informação era rececionada pelos jornalistas? Registou-se alguma iniciativa por parte dos jornalistas em ir à procura de informação ou eram recetores passivos?” e apontamos como hipótese que “Com o encerrar quase completo da atividade dos jornalistas vai-se observar uma predominância de informação obtida através de *press releases*, entrevistas telefónicas e, muito raramente, em conferências de imprensa. Vai existir também alguma iniciativa na procura de informação própria e que os jornalistas não eram apenas recetores passivos”.

Para procurar responder a estas duas questões vou apresentar gráficos comparativos sobre as tipologias de fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24 para a criação de notícias e apresento comparações entre os meses com Lusa (Setembro e Outubro) e sem Lusa (Novembro, Dezembro e Janeiro). Uma nota: estes quadros não levam em conta notícias sem qualquer fonte identificável.

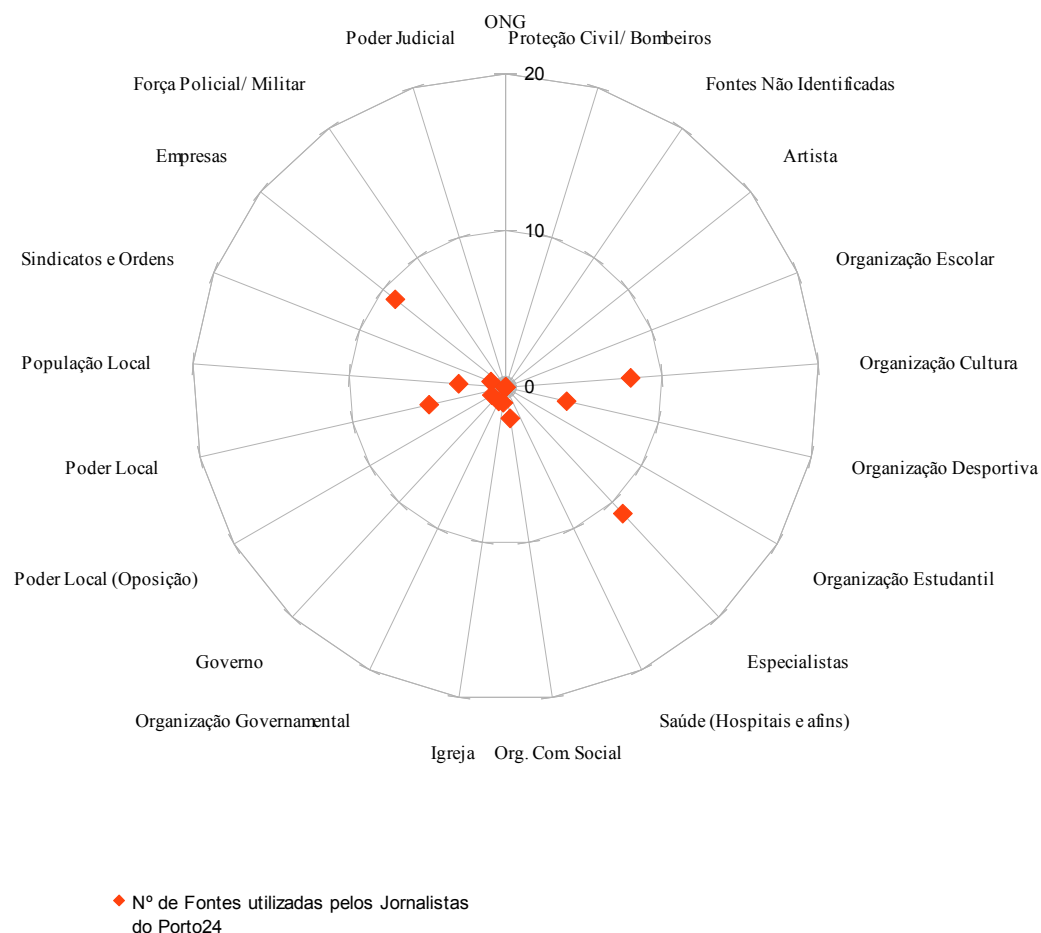


Gráfico 6- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Setembro 2015

No mês de Setembro é possível começar a destacar a preferência por algumas tipologias de fontes que acabam por ser constantes ao longo dos seguintes meses. Denote-se a aproximação de Organizações Culturais (8), de Empresas (9) e de Especialistas (11) e a pouca expressão do Poder Local (5), do Governo (0) e de outros Órgãos de Comunicação Social (2) neste gráfico, uma tendência que, como veremos, se vai inverter nos meses seguintes.

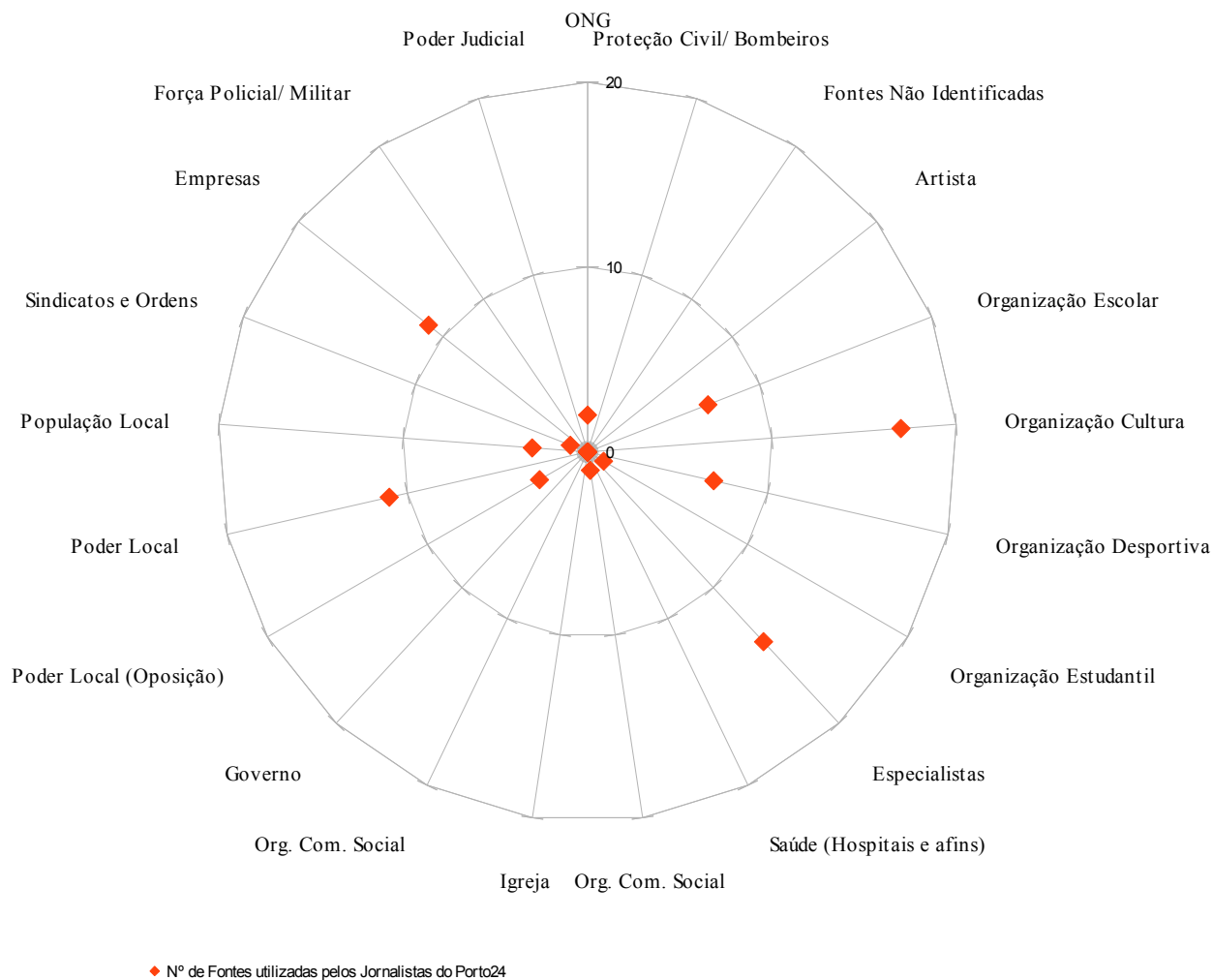


Gráfico n°7- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Outubro 2015

As tendências estabelecidas no mês de Setembro acabam por se manter quase inalteradas no de Outubro com as Organizações Culturais a manterem-se como as fontes mais contactadas (17), seguidas pelos Especialistas (14) e pelas Empresas (11). Destaque-se agora o aumento do Poder Local (11) enquanto fonte de informação que começa a ser privilegiada. Saindo a Lusa, vamos ver como é que este panorama se

alterou para os meses de Novembro, Dezembro e Janeiro. Apresentamos os três quadros em seguida.

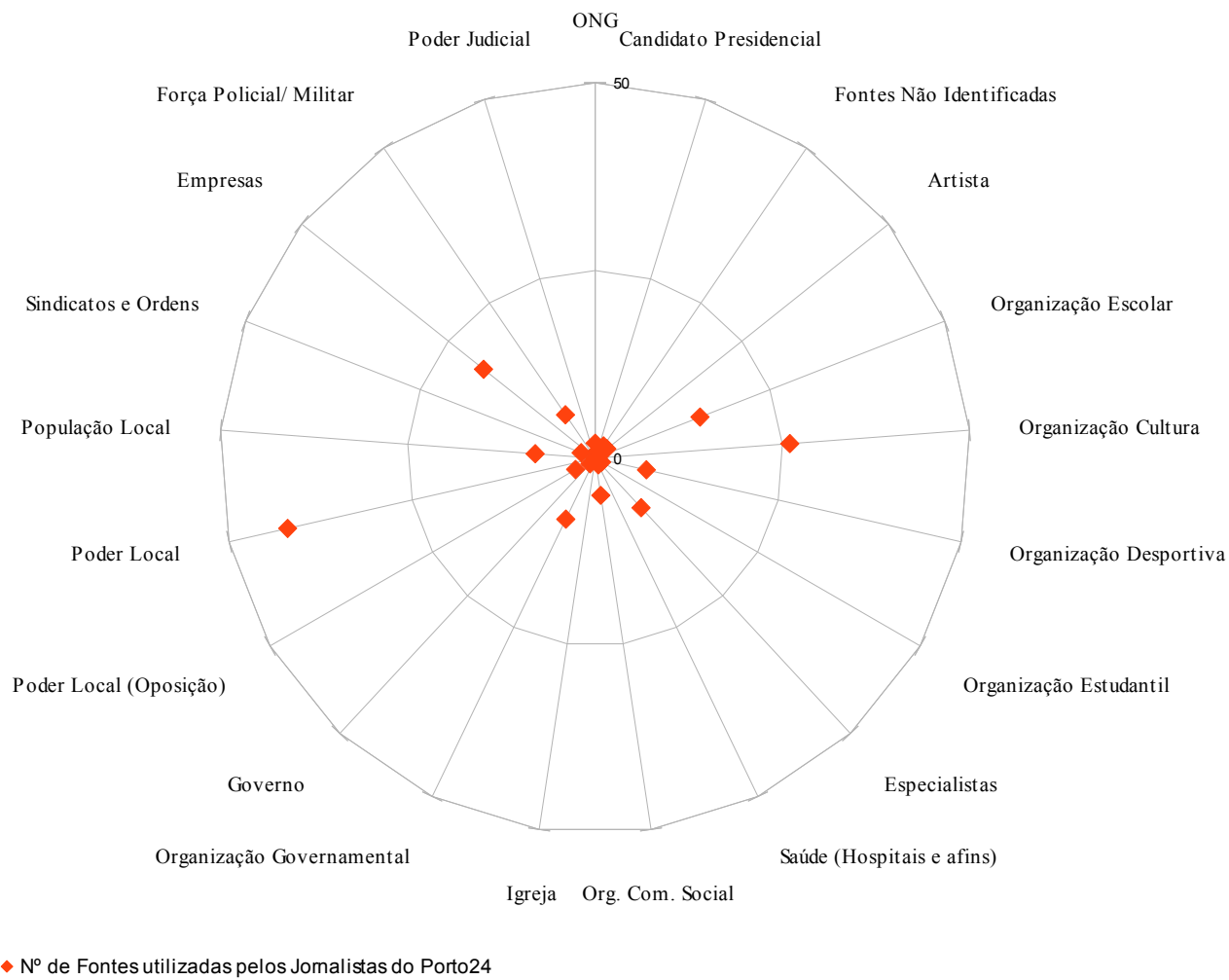


Gráfico n°8- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Novembro 2015

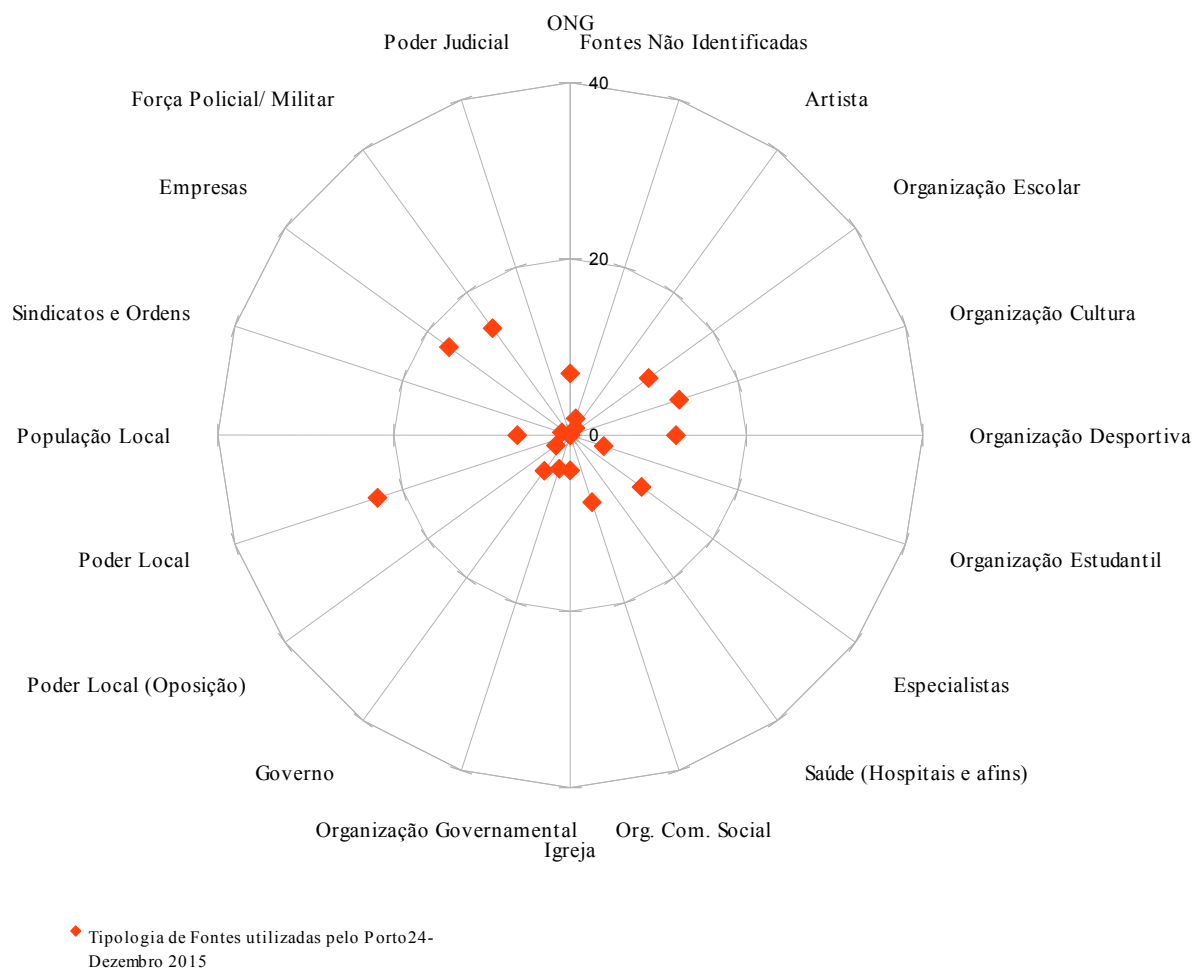
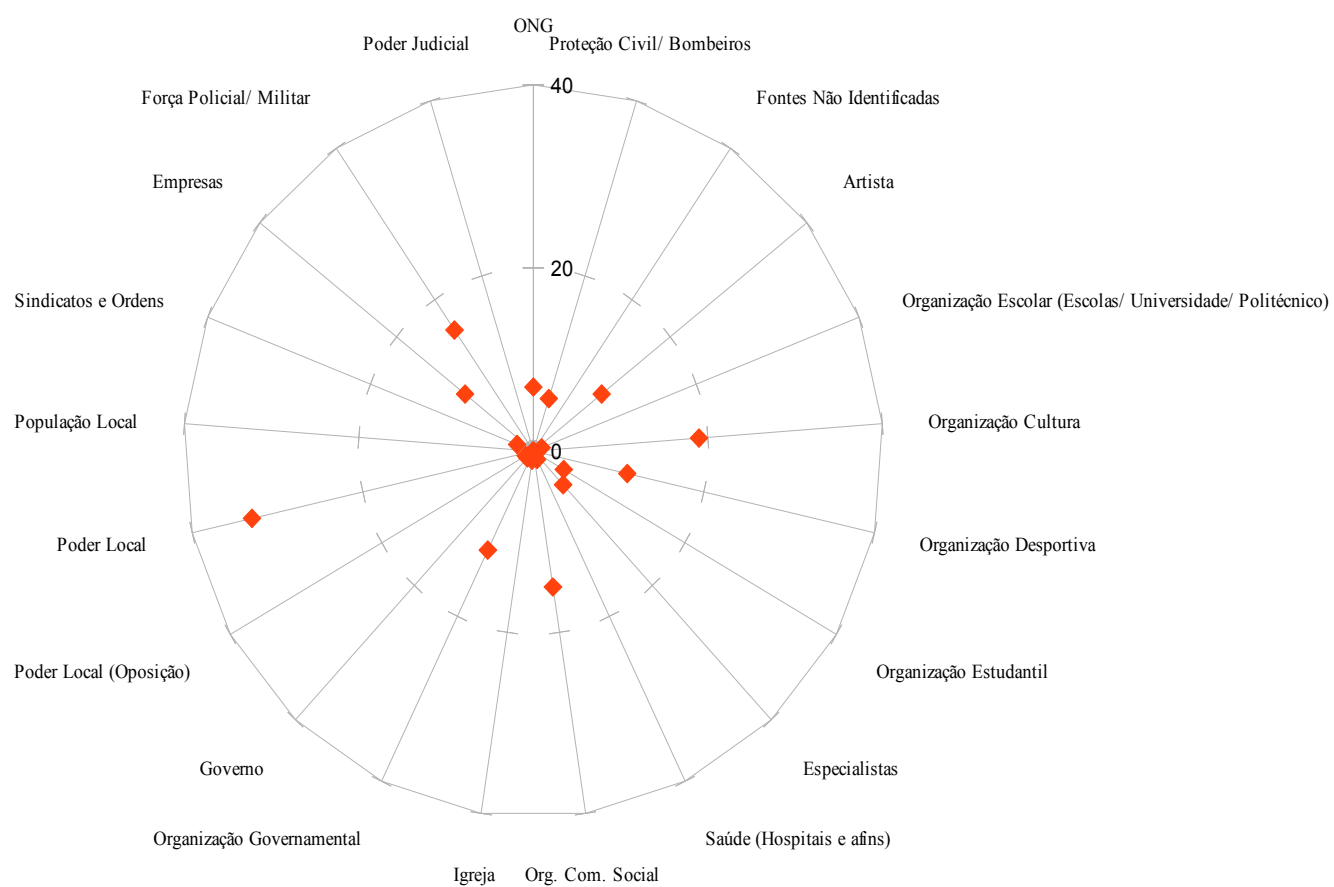


Gráfico nº9- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Dezembro 2015



♦ Tipologia de Fontes utilizadas pelo Porto24- Janeiro 2015

Gráfico n°10- Tipologias de Fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24- Janeiro 2015

Com a análise aos 3 gráficos apresentados uma tipologia de fonte salta logo à vista, destacando-se de todas as outras, o Poder Local passa a ser a fonte dominante na maior parte das notícias no Porto24, com 42 registos no mês após a Lusa (Novembro), em 23 em Dezembro e 33 em Janeiro. A saída da Lusa levou ao contacto mais frequente com as fontes policiais e à produção de notícias ligadas à área do crime, justificando, desta forma, o aumento significativo das fontes Policiais/Militares, ainda que de forma relativamente ligeira. De resto pouco há a notar, mantém-se a predominância de fontes como as Organizações Culturais e as Empresas. Decréscimo acentuado registou a categoria dos Especialistas, que no mês de Janeiro diminui para 5 contactos no total.

Antes de passarmos à Q4 adiantamos já uma resposta à Q3 e afirmamos que de facto foi registaram-se alterações na tipologia de fontes que os jornalistas do Porto24 utilizavam para a produção própria. Diminuiu-se o contacto com Especialistas (de várias matérias) e aumentou a ligação ao Poder Local. Mantiveram-se estáveis os contactos com as Organizações Culturais e as Empresas particulares e apenas em Janeiro se registou um aumento ligeiro da procura de fontes ligadas à Proteção Civil, aos Bombeiros e às Organizações Governamentais devido ao mau tempo que causou vários estragos na cidade do Porto e eram elas que forneciam a informação para as notícias.

Para procurar uma resposta à Q4 apresentamos o seguinte gráfico:

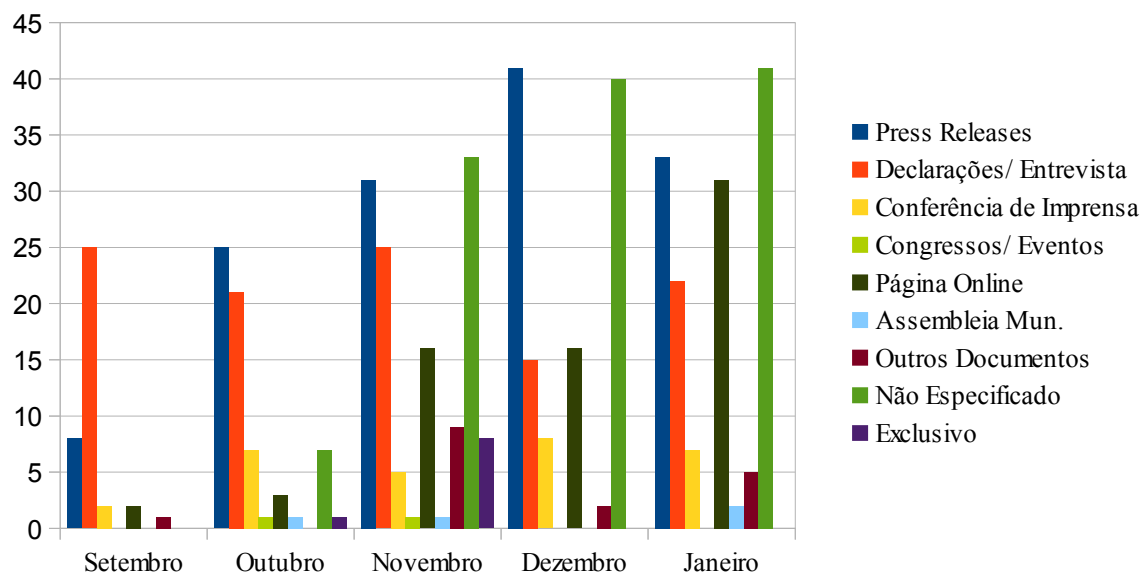


Gráfico 11- N° de vezes por Circunstância de obtenção de fontes. Setembro (2015)- Janeiro (2016)

As circunstâncias em que as fontes eram obtidas são bastante claras e encontram-se na linha de pensamento apresentada pela H4 quando afirmei que o Press Release estaria entre as mais cotadas e iria registar uma crescimento constante e assim o fez, com exceção para o mês de Janeiro, onde registou um leve decréscimo. Com uma sedentarização crescente dos jornalistas da redação era apenas expectável que tal viesse a acontecer e acredito que o número não seja mais alto pois há uma grande predominância de informação que não dispõe de qualquer explicação relativamente à sua origem. O crescimento de informação retirada de outros locais online (sobretudo do site da Universidade do Porto, da Câmara do Porto, de outros Orgãos de Comunicação) também vai registar um aumento significativo ao longo dos meses, com especial atenção para o mês de Janeiro (com 31 registos!). Não obstante esta aparente paralisação da mobilidade dos jornalistas do Porto24 a verdade é que embora recebam informação de forma passiva, também é possível registar uma procura ativa por informação própria como podemos ver pelos números elevados de “declarações” e “entrevistas” que procuram obter e fazer, respetivamente. Posso concluir que

trabalhavam no sentido de acrescentar valor às notícias que criavam e registam-se tentativas de aprofundar a informação recebida. Uma posição que é também sustentada pela observação participante.

Por fim, e para encerrar a resposta às questões que motivaram esta pesquisa respondo à questão número 5 com a minha hipótese que formulei para a mesma, mas com uma nota extra, o valor encontrado de procura por informação própria para complementar as notícias produzidas pela Lusa não chega nem a atingir os valores de 1%. Aliás, entre Setembro e Outubro de 2015 apenas duas notícias registam procura por informação própria sendo possível concluir com toda a certeza que a procura por informação própria era praticamente inexistente, as notícias como chegavam da Lusa, sofriam as alterações necessárias para estarem de acordo com o livro de estilo do Porto24 e lá eram postadas do site.

Análise de dados qualitativa: Observação Participante

Ao retornar aos meus apontamentos de estágio, recorro a seguinte anotação do dia 10 de Novembro de 2015: “O problema do P24 está na ridícula necessidade de atualização constante quando possui dificuldade em o fazer! O seu ponto forte foi, e acredito continuar a ser, a produção própria com interesse para o local e o problemático para a cidade”.

Estas notas de reflexão surgem como o espelho da minha frustração perante a dominância da Agência Lusa. Não só, surge também enquanto manifesto do subaproveitamento das potencialidades da informação que pela mesma nos era fornecida, pistas e pistas, que nunca eram aproveitadas, apenas adaptadas para corresponderem ao estilo de escrita utilizada pelo P24.

Entretanto adoeci, e a gripe remeteu-me para a cama durante uma semana. Ao regressar uns dias depois, ainda que não fosse a minha vez de estar responsável por editar a produção da Lusa, tinha por hábito de manter o seu repositório aberto, na eventual possibilidade de encontrar uma ou outra pista para notícias. Tentei e tentei, mas o “login” recusava-se a funcionar, inquiri o Pedro, ou o Simão, já não me recordo,

sobre se a palavra passe tinha sido alterada, mas não, apenas me foi dito “Ah! Decidiram acabar com a Lusa!”, fiquei surpreendido, mas ainda mais por não me terem avisado.

Perguntei a que se devia essa mudança e foi-me informado que não se encontrava em causa a qualidade das peças, apenas que a “empresa-mãe” do Porto24 decidira terminar o contrato com a Lusa por motivos financeiros. E mais uma vez, toda a dinâmica de redação voltava a alterar-se. Se a transição para o online, como já comentamos no relatório de estágio, levou a uma mudança substancial nas rotinas de produção, então que principais consequências consegui identificar com a saída do material de agência noticiosa que posso apresentar para responder à Q6? Como é que a queda da principal fonte afetaria o dia-a-dia na redação? *Mutatis Mutandis* as consequências foram, mais uma vez, radicais. Mas como alguém que as viveu em primeira mão, torna-se complicado não refletir sobre elas de uma forma mais positiva que negativa. Enumeram-se, em seguida, as principais mutações:

- A produção própria tornou-se elemento *sine qua non* à existência do próprio jornal. A partir de agora, tudo o que fosse produto jornalístico seria elaborado pelos profissionais presentes na redação;
- O género de conteúdos acabou por se diversificar e os jornalistas começaram a procurar parcerias com outros autores que escrevessem sobre a cidade sobre o formato de artigos de opinião e crónicas;
- Pela primeira vez, também, surgem as notícias em atualização, sobretudo aquelas que eram obtidas através das rondas (acidentes, crimes e situações meteorológicas);
- Desenvolveu-se cada vez mais o cultivo da fonte própria e registou-se alguma diversificação, ainda que muito reduzidas das mesmas, sobretudo no mês de Janeiro, como já mencionamos, onde começam a surgir a Proteção Civil, as Organizações Governamentais e as Corporações de Bombeiros.
- Embora não possa substantiar a seguinte afirmação com um estudo pormenorizado, fiquei com a impressão, através da leitura contínua das

notícias ao longe do meu estudo, que estas, geralmente, sofreram uma tendência para a diminuição do seu tamanho;

- O trabalho médio e a produção média por jornalista aumentou consideravelmente.
- Este incremento em produção não foi acompanhado pela presença de novos membros no quadro da redação, isto implicou, claramente, um acelerar de rotinas e uma adaptação à nova realidade que se pautou muito por uma sobrecarga de trabalhos e pela definição de prioridades;
- As saídas de redação para marcar a presença em conferências de imprensa, colóquios, apresentações, reuniões de câmara e afins tornaram-se relativamente reduzidas, ainda que não tenham denotado um decréscimo tão acentuado quanto esperava mas a deslocação do jornalista normalmente só se efetuava quando a sua presença era condição absolutamente indispensável ao seu trabalho.
- Sem a Agência como fonte de informação, começamos a ver emergir comportamentos constantes dos membros da redação. O primeiro foi que a presença na secretária substitui, em grande parte, a saída à rua e quase todos os contactos passaram a ser feitos por telefone ou por email.
- Começaram-se a realizar as chamadas “rondas”, onde de forma rotativa, ao longo do dia, o jornalista teria de ligar, 3 vezes (pelo menos), para um total de quase 61 contactos, para esquadras, centros de comando da Polícia de Segurança Pública, para a Guarda Nacional Republicana, os Bombeiros Voluntários e Sapadores e para a Proteção Civil. Desde 61 números iniciais, foram sobrevivendo apenas alguns ao longo dos meses, sendo substituídos, às vezes, por números pessoais de algumas fontes, à medida que a relação entre o jornalista e a mesma se ia fortificando.

Em conversas com o Pedro e o Simão ambos recordavam a importância dos conteúdos da Agência Lusa na atualização do site do Porto24 mas a adaptação aos novos métodos e rotinas não demorou e fez-se com relativa tranquilidade. De certa forma acabamos por observar que a H6 se apresenta como relativamente correta.

7. Conclusões

Para terminar, por fim, todo este longo caminho quero recordar alguns pontos importantes deste trabalho. As questões que aqui foram respondidas são a soma das partes de uma experiência única que tive a oportunidade de estudar e que se revelou difícil passar para papel e não tenho qualquer dúvida que muitas especificidades se perderam neste processo e o facto de o ter vivido serviu como um pau de dois bicos: se por um lado o consegui experimentar em primeira mão e viver com as mudanças também fui afetado por elas e se enquanto jornalistas já se torna difícil não nos apegarmos a algumas causas, na dupla função de jornalista- investigador ainda mais complicado se tornou. Peço portanto, ao leitor, que encare os resultados aqui apresentados como o melhor esforço mais esforçado e imparcial possível que consegui realizar. Será apenas justo terminar com uma apreciação geral dos resultados e das metodologias utilizadas: considero-me bastante satisfeito e, agora que apresentados os resultados da investigação a minha ideia de utilizar as fontes como “janela” para a realidade do jornalista (pois estas são condição essencial ao seu trabalho) foi uma aposta arriscada mas que produziu resultados interessantes e satisfatórios, demonstrando que o estudo das fontes não se encerra necessariamente sobre si próprio e pode ser utilizado para produzir resultados sobre outras realidades do universo jornalístico. Creio que a observação participante, dos dois métodos utilizados pode ser encarada como menos fiável mas a tentativa de estabelecer contactos com os jornalistas da redação e o requerer constante das suas ideias e perspetivas sobre tudo o que se passava limitam, assim penso, as suas possíveis margens de erro. Não só, mas todas as observações realizadas foram escritas “no momento” e não são resultado de reflexões posteriores, escritas 1 ou 2 meses após os acontecimentos tentando, desta forma, serem o mais genuínas e o mais isentas.

Encerramos o percurso aglomerando os resultados obtidos. Para a minha Q1 confirmamos, parcialmente a H1, concluindo que existe uma dominância da Agência Lusa no noticiário do Porto24 mas as editoriais em que mais se destaca são as de

Sociedade, Local e Desporto e não as de Política e Economia, como inicialmente tínhamos apresentado.

Para a Q2/H2 é possível confirmar que não foram registadas grandes diferenças a nível editorial e a ênfase produtiva manteve-se nas editorias de Cultura, Desporto, Sociedade e Local.

As questões 3 e 4 andam de mão dada e aproveitamos para responder às duas em conjunto e sim, foram registadas alterações relativamente à tipologia de fontes utilizadas pelos jornalistas do Porto24 e foi possível observar uma grande aproximação ao Poder Local e às Organizações Culturais e Empresas. Registamos também a procura por novas fontes como a Proteção Civil, os Bombeiros e as Organizações Governamentais. À Q4 e à sua hipótese a resposta não poderia ser mais clara, com o aumento da sedentarização da redação então formas de aceder à informação através da secretária foram ganhando cada vez mais relevância como os *Press Releases* e Sites. Não obstante, os jornalistas do Porto24 registaram um esforço considerável em procurar declarações e entrevistas demonstrando que não eram recetores passivos de informação.

A Q5 demonstrou-se dececionante e os resultados ainda estiveram mais aquém do esperado, na H5, com apenas dois registos de procura por informação nas notícias que vinham da Agência Lusa, o que demonstra que o esforço por complementar esse conteúdo não era de todo comum.

Em relação à Q6 e H6 de facto a redação sedentarizou-se e embora se note a procura por novas fontes a verdade é que acabam por se observar padrões de dependência de algumas tipologias de fontes, sobretudo no Poder Local e Organizações Culturais. Através da Observação Participante também denotamos que as notícias se foram tornando mais pequenas e começaram a surgir notícias em “atualização”. Criaram-se novas rotinas como a produção diária contínua de novas notícias e estabeleceu-se a necessidade de se fazer uma ronda entre 2 a 3 vezes por dia. A velocidade de produção aumentou e não se registaram quaisquer tentativas de reforçar a redação para fazer face a esses problemas.

Concluímos, por fim, que a Agência Lusa não só pode ser um instrumento de trabalho quando bem trabalhado e utilizado como também pode acabar por se apresentar como maldição, quando os jornalistas têm ou não a possibilidade de trabalhar os seus

conteúdos e optam por não o fazer (compreensivelmente por vezes, dado já o seu acelerado ritmo de trabalho diário). A saída da Agência Lusa marcou ainda mais, acredito, as rotinas e as vidas dos jornalistas da redação do que a passagem do Porto24 em versão impressa para exclusivamente online. Rápida, radical e sempre, sempre submetido à pressão constante do relógio, numa questão de meses uma pequena redação passou de produzir uma pequena edição impressa por semana a produzir mais de uma centena e meia de notícias por mês, sem qualquer reforço humano ou tecnológico. Findo aqui por fim este percurso, com uma perspetiva positiva sobre tudo e que, apesar dos inúmeros problemas que vamos levantando ao ciberjornalismo, a vontade e força dos seus profissionais acabam por se revelar características que fazem sempre frente a estas adversidades.

8. Bibliografia

- AMARAL, Inês. A interactividade na esfera do Ciberjornalismo, Inês Albuquerque Amaral. IV SOPCOM – Repensar os Media: Novos Contextos da Comunicação e da Informação. Universidade de Aveiro, 2005. Disponível em URL: <http://repositorio.ismt.pt/bitstream/123456789/26/1/A%20interactividade%20na%20esfera%20do%20Ciberjornalismo.pdf>
- ALMEIDA, Patrícia Pinheiro. ZAMITH, Fernando- O ciberjornalismo à luz da complexidade do informacionalismo. In Revista Estudos de Jornalismo, vol.1 nº5. Minas, SOPCOM, 2015. Disponível em URL: http://www.revistaej.sopcom.pt/ficheiros/20160202-ej5_d3_v1_2015a.pdf
- BANDEIRA, Fernando- A presença na internet dos jornais locais portugueses. In Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais nº4. Porto. 2007. Disponível em URL: <http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/438/2/80-91FCHS04-4.pdf>
- BARBOSA, Elisabete - “Interactividade: A grande promessa do Jornalismo Online.”, 2001. disponível em URL: http://www.bocc.ubi.pt/_listas/tematica.php?codtema=94
- BASTOS, Hélder - Ciberjornalismo e Narrativa Hipermedia, 2005. Disponível em URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-e-narrativa-hipermedia.pdf>
- BASTOS, Hélder, DIAS, Helena Lima. MOUTINHO, Nuno- The influence of the Internet on Portuguese Press. Internacional Association for Media and Communication Research, Braga, 2010. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/25241/2/PaperIAMCR2010000099499.pdf>
- BASTOS: Ciberjornalistas portugueses: das práticas às questões de ética. 2010. Disponível em URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalistas-portugueses.pdf>
- BASTOS, Hélder- Ciberjornalistas em Portugal: Práticas, papéis e ética. Livros Horizonte, 2011.
- BASTOS, Hélder- Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: das origens às múltiplas plataformas. 2011, Confibercom. São Paulo. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/57427>
- BASTOS, Hélder- Para uma história do ciberjornalismo em Portugal: das origens às múltiplas plataformas. Confibercom, São Paulo, 2011. Disponível em

URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57427/2/ActasConfibercom000148482.pdf>

- BASTOS, Hélder. ZAMITH, Fernando - Ciberjornalismo: Modelos de negócio e redes sociais, CETAC Media, Porto, 2012.
- BASTOS, Hélder. JERÓNIMO, Pedro- Jornalismo de proximidade em transição para a Internet. In Revista Estudos de Jornalismo nº1, 2012. Disponível em URL: <http://repositorio.ismt.pt/bitstream/123456789/372/1/Jornalismo%20de%20proximidade%20em%20transi%C3%A7%C3%A3o%20para%20a%20Internet.pdf>
- BASTOS, Hélder. REIS, Isabel. ZAMITH, Fernando (Org.)- III Congresso Internacional de Ciberjornalismo. Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, 2012.
- BASTOS, Hélder- A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. In Estudos em Jornalismo e Mídia, vol.9 nº2. 2012. Disponível em URL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>
- BASTOS, Hélder- Ciberjornalismo, jornalismo e democracia- Revista Media e Jornalismo nº especial. Centro de Investigação Media & Jornalismo, 2015. Disponível em URL: https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=491277
- CHAVES, Ana Luísa de Macedo- Novas Narrativas em Plataformas Noticias online: o caso P3. Tese de Mestrado, FLUP, 2012. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/65998/2/70922.pdf>
- CAMERON, David. STURT, Charles- Mobile Journalism: a snapshot of current research and practice. In The End of Journalism?, 2008. Disponível em URL: <http://theendofjournalism.wdfiles.com/local--files/davidcameron/David%20Cameron.pdf>
- CAMPELO, Francisca. MARMELO, Rocha. RIBEIRO, Vasco. ROCHA, Marta. RODRIGUES, Inês- A assessoria de imprensa e as redes sociais: Estudo de caso sobre as mudanças no relacionamento fonte- jornalista e o processo de produção do *press release*. In Comunicação Política Vol.10 nº 19, 2015. Disponível em URL: <http://cp.revues.org/1077>
- CARVALHO, Tiago André Vasconcelos- A Importância da Agência Lusa nos sites noticiosos portugueses, os casos do Público, Diário de Notícias e Jornal I. Tese de Mestrado, FLUP, 2013. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/72519/2/71740.pdf>

- CANAVILHAS, João- WEBJORNALISMO, Considerações gerais sobre jornalismo na Web, 2001. Disponível em URL: [In http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf)
- CANAVILHAS, João- Do jornalismo online ao webjornalismo: Formação para a mudança”, 2005. Disponível emURL: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-jornalismo-online-webjornalismo.pdf>
- CANAVILHAS, João- Cinco Ws e um H para o jornalismo na web. PRISMA.COM, nº7, 2008.
- CANAVILHAS, João. SANTANA, Douglas Cavallari- Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação. Revista Líbero, vol. 14, nº28. S. Paulo, 2011.
- CANAVILHAS, João (Org.)- Notícias e Mobilidade: O jornalismo na Era dos dispositivos móveis. Labcom, Covilhã, 2013.
- CASTRO, Rita de Ornelas Afonso de Prado e- Agências de Notícias: O caso da Lusa. Tese de Mestrado, FLUP, 2013. Disponível em URL: https://sigarra.up.pt/flup/en/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=504672
- CORREIRA, João Carlos (Org.)- Ágora, Jornalismo de Proximidade: Limites, desafios e oportunidades. Labcom Books, Covilhã, 2012.
- COUTO, Patrícia Fonseca- Ciberjornalismo Regional: Aproveitamento das potencialidades da *web* dos nove jornais regionais com maior audiência do distrito do Porto. Tese de Mestrado, FLUP, 2010. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/55917/2/tesemestpatriciacouto000127507.pdf>
- DALTOÉ, Andreise (2003) -“Promessas, desafios e ameaças das tecnologias digitais”. In <http://www.bocc.ubi.pt/pag/daltoa-andreise-promessas-desafios-tecnologias-digitais.pdf>
- DAMÁSIO, José Manuel- Estratégias de uso e consumo dos novos media: Audiências fragmentadas e novas audiências. In <http://www.bocc.ubi.pt/pag/damasio-manuel-estrategias-uso-consumo-novos-media.pdf>
- DIAS, Jaime Dagoberto- Relatório de Estágio realizado no Porto Canal, A orientação editorial do Jornalismo de Proximidade. Tese de Mestrado, FLUP, 2012. Disponível em URL: https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=491152

- DEUZE, Mark- What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists reconsidered. In Journalism, SAGE Publications, 2005.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social- A Imprensa Local e Regional em Portugal. ERC, Lisboa, 2011.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social- Públicos e Consumos de Média, O Consumo de notícias e as plataformas digitais em Portugal e em mais dez países. ERC, Lisboa, 2015.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social- Digital Media Portugal 2015. ERC, Lisboa, 2015.
- FERREIRA, José Manuel- Ciberjornalismo na Sociedade Hiperurbana do séc. XXI: da convergência ao conteúdo. Tese de Mestrado, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 2014. Disponível em URL: https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=484870
- GEENS, D. WERKERS, E. VANDENBRANDE, K. PAULUSSEN, S.- Ethics and rights for online journalists: inseparable and obligatory?. Internacional Journalism Conference, Center for Internacional Media Analysis, Luton, 2008. Disponível em URL: <http://theendofjournalism.wdfiles.com/local--files/werkeretal/Werkers%20et%20al.pdf>
- GOMES, Rui Miguel Oliveira- A queda da reportagem e os contributos da Internet para o sedentarismo da prática jornalística, Faculdade de Ciências Sociais e Humana da Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2012.
- GONZÁLEZ, Ángeles Cabrera- Convivencia de la prensa escrita y la prensa “online” en sua transición hacia el modelo de comunicación multimedia. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 2001, nº7.
- GRADIM, Anabela- Press and Profitable news (2009). A business model for online newspapers. In <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gradim-anabela-press-profitable-papers-IAMCR.pdf>
- HADLEY, Jen- Traditional Journalism vs Advancing Technology. 2012. Disponível em URL: https://jenhadley.files.wordpress.com/2013/08/researchpaper_jen-hadley.pdf
- HANITZSCH, Thomas. JORGENSEN, Karin Wahl- The Handbook of Journalism Studies. Roudledge. Londres e Nova York, 2009.
- INÁCIO, Rita Alexandra- Ciberjornalismo no Distrito de Santarém: A perspetiva do jornalista regional. Tese de Mestrado, FLUP, 2015. Disponível em URL: https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=481954

- JERÓNIMO, Pedro- O uso da internet na imprensa regional portuguesa. In III Congresso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0. Bilbao, 2011. Disponível em URL: https://ciberotinas.files.wordpress.com/2011/11/jeronimo_2011_bilbao.pdf
- JERÓNIMO, Pedro- Ciberjornalismo de Proximidade: A construção de notícias on-line na imprensa regional em Portugal. Tese de Doutoramento, FLUP e Universidade de Aveiro, 2014. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/72808?locale=pt>
- JONES, Janet; SALTER, Lee- Digital Journalism. SAGE Publications, Londres, 2012.
- JURKOWITZ, Mark (2014)- What the Digital News Boom means for consumers. In <http://www.journalism.org/2014/03/26/what-the-digital-news-boom-means-for-consumers/>
- LEE, Loraine (2008) - Multimedia Journalism: The Age of New Technology and New Opportunities. In <http://www.sensibletalk.com/journals/lorraineklee/200808/57/>
- MARQUES, Rui- Timor-Leste: O Agendamento Mediático. Porto: Porto Editora, 2005.
- MEIRELES, Nuno Miguel Martins- A Influência da Internet na Sociedade Portuguesa. Tese de Mestrado, FLUP, 2010. Disponível em URL: https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=493024
- MENDES, Marina Chiari Lima- A Pluralização das fontes de informação no ciberjornalismo Português: Contribuição para a definição de parâmetros específicos de qualidade. Tese de Mestrado, FLUP, 2010. Disponível em URL: https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=493666
- MITCHEL, Amy. PAGE, Dana - State of the News Media. Pew Research Center. Pew Research Center, 2015. Disponível em URL: <http://www.journalism.org/files/2015/04/FINAL-STATE-OF-THE-NEWS-MEDIA1.pdf>
- MITCHEL, Amy. HOLCOMB, Jesse. PAGE, Dana- Local News in a Digital Age. Pew Research Center, 2015. Disponível em URL: http://www.journalism.org/files/2015/03/PJ_MediaEcology_completereport.pdf

- NOCI, Javier Díaz- Los Géneros ciberperiodísticos: un aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y sua tipología. II Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital. Santiago de Compostela, 2004. Disponível em URL: <http://www.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>
- NOCI, Javier Díaz- New Tendencies of Research in Journalism, The spanish case. Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo, 2006. Disponível em URL: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/65/66>
- OberCom- O Jornalismo e as Agências de Notícias, o desafio das redes sociais. Publicações OberCom, Lisboa. 2016. Disponível em URL: http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=agencias_2016.pdf
- PASCOAL, Isabel- Os jornalistas da imprensa regional e os condicionalismos ao exercício da profissão. In III Congresso Português de Sociologia. Celta Editora, 1996.
- PAVLIK, Jonh V.- Journalism and new media”, Columbia University Press, 2001, New York.
- PRAÇA, Ana Mário da Silva- As Agências de Notícias e a forma como influenciam o Jornalismo Online Português. Tese de Mestrado, FLUP, 2013. Disponível em URL: https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=475418
- QUINN, Stephen- MOJO: Mobile Journalism in the asian region. Konrad Adenauer Stiftung, Singapura, 2009.
- RIBEIRO, Vasco- Fontes Sofisticadas de Informação, Análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1995 a 2005. Tese de Mestrado, FLUP, 2006. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/13047/2/FontesSofisticadasdeInformao000069327.pdf>
- RIBEIRO, Vasco- O peso do Press Release no processo de produção de notícias. BOCC, 2014. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/77551/2/106109.pdf>
- RIBEIRO, Vasco- Os Press Agents como pioneiros da assessoria de imprensa: conceitos, práticas e atores entre 1830 e 1914. In Revista Brasileira de História da Mídia vol.4 nº2. 2015. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/79928/2/120298.pdf>
- RIBEIRO, Vasco- O pragmatismo das fontes profissionais de informação: perspectiva não conspirativa da relação entre assessores de imprensa e

jornalistas. In ORGANICOM vol. 12 nº22, 2015. Disponível em URL: <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/858/613>

- SALAVERRÍA, Ramón (coord.)- El impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Comunicación Social ediciones y publicaciones, Sevilla/ Zamora, 2009 (2ª edição).
- SILVA, Marisa Torres da Silva- As cartas dos leitores no *Público* e no *Diário de Notícias*. Observatório Journal, nº5, 2008.
- TRAQUINA, Nelson- O Poder do Jornalismo: Análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.
- ZAMITH, Fernando. LEAL, Pedro. NUNES, Sérgio. GIESTEIRA, Bruno. LIMA, Helena. COUTO, Sandra Sá. SILVA, Manuel. COSTA, Emília. FONSECA, Cristina- O ciberjornal como instrumento de ensino: Da teoria à prática. In Actas do Congresso Iberoamericano de Jornalismo Digital. Santiago de Compostela, 2004.
- ZAMITH, Fernando- Pirâmide Invertida na Cibernotícia: a Resistência de uma técnica centenária. Primas.com, 2005. Disponível em URL: <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/590/542>
- ZAMITH, Fernando - “O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses”. Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC, nº4, 2007 disponível em URL: <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/26179/2/000106351.pdf>
- ZAMITH, Fernando- O subaproveitamento das potencialidades da Internet pelos ciberjornais portugueses. CETAC, Porto, 2007.
- ZAMITH, Fernando- Uma proposta metodológica para analisar o aproveitamento das potencialidades ciberjornalísticas da Internet. In Comunicação e Cidadania- Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. SOPCOM, 2008.

- ZAMITH, Fernando - Ciberjornalismo: As potencialidades da Internet nos sites noticiosos portugueses. Afrontamento, Porto, 2008.
- ZAMITH, Fernando- A contextualização no ciberjornalismo. Tese de Doutoramento. FLUP, Universidade de Aveiro. 2011. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57280/2/zamith000148443.pdf>
- ZAMITH, Fernando- Em busca de uma certificação de qualidade do ciberjornalismo. Revista Media&Jornalismo, Centro de Investigação Media&Jornalismo, 2015. Disponível em URL: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/81682/2/127337.pdf>
- WALGRAVE, Stefaan; VLIENGENTHART, Rens- The complex Agenda-Setting Power of Protest. Demonstrations, Media, Parliament, Government, and Legislation in Belgium (1993-2000), 2012.
- IV Congresso Internacional de Ciberjornalismo. Org. Ana Isabel Reis, Fernando Zamith, Helder Bastos, Pedro Jerónimo. Observatório de Ciberjornalismo, Porto, 2014.
- Teorias da comunicação: Conceitos, escolas e tendências, org. António Hohlfeldt, Luís Matino e Vera Veiga França, Petrópolis, Editora Vozes, 2001.

Recursos e Estatísticas

- GUSKIN, Emily; MITCHELL, Amy (2013)- Twitter News Consumers: Young, Mobile and Educated. In <http://www.journalism.org/2013/11/04/twitter-news-consumers-young-mobile-and-educated/>
- MATSA, Eva Katerina (2015)- Local TV News: Fact Sheet. In <http://www.journalism.org/2015/04/29/local-tv-news-fact-sheet/>
- MATSA, Eva Katerina; MITCHELL, Amy- 8 Key Takeaways about Social Media and News. In <http://www.journalism.org/2014/03/26/8-key-takeaways-about-social-media-and-news/>
- MATSA, Eva Katerina; SHEARER, Elisa (2015). In <http://www.journalism.org/2015/04/29/news-magazines-fact-sheet/>

- OLMSTEAD, Kenneth; SHEARER, Elisa (2015)- Digital News- Audience: Fact Sheet. In <http://www.journalism.org/2015/04/29/digital-news-audience-fact-sheet/>
- OLMSTEAD, Kenneth; LU, Kristine (2015)- Digital News- Revenue: Fact Sheet. In <http://www.journalism.org/2015/04/29/digital-news-revenue-fact-sheet/>
- State of the News Media, Overview (2014), pág.5. In <http://www.journalism.org/files/2014/03/Overview.pdf>
- Section 2: Social Media, Political News and Ideology. In <http://www.journalism.org/2014/10/21/section-2-social-media-political-news-and-ideology/>