JORNALISMO & JORNALISTAS
JJ é uma edição do Clube de Jornalistas >> nº 39 Julho/Setembro 2009 >> 2,50 Euros

TEMA

Os media no ensino superior

Laboratórios de Jornalismo

ANÁLISE > O futuro da imprensa: O momento crucial > A Informação Televisiva > Olhando as estrelas nas páginas dos jornais ENTREVISTAS > Daniel Hallin > Cristina Ponte e Lídia Marôpo

Nº 39 JULHO/SETEMBRO 2009

Director Mário Zambujal

Direcção Editorial Eugénio Alves
Fernando Correia

Conselho Editorial Fernando Cascais
Francisco Mangas
José Carlos de Vasconcelos
Manuel Pinto
Mário Mesquita
Oscar Mascarenhas

Grafismo José Souto

Secretária de Redacção Palmira Oliveira

Colaboram neste número

Ana Jorge (U. NOVA)
Carla Baptista (FREELANCE, U. NOVA)
Carla Martins (FREELANCE, U. LUSÓFONA)
Helena de Sousa Freitas (LUSA)
José Frade (FREELANCE)
Luís Humberto Teixeira (FREELANCE)
Mário Rui Cardoso (RTP)
Martins Morin (A BOLA)
Nuno G. Brandão (INP)
Rui Brito Fonseca (CIES-ISCTE)

Propriedade CLUBE DE JORNALISTAS
A produção desta revista só se tornou possível devido aos seguintes apoios:
- Caixa Geral de Depósitos
- Lisgráfica
- Fundação Inatel
- Vodafone

Tratamento de imagem Pré & Press
Campo Raso, 2710-139 Sintra

Impressão Lisgráfica, Impressão e Artes Gráficas, SA
Casal Sta. Leopoldina,
2745 QUELUZ DE BAIXO

Dep. Legal: 146320/00
ISSN: 0874 7741
Preço: 2,49 Euros

Tiragem deste número 2.000 ex.

Redacção, Distribuição, Venda e Assinaturas Clube de Jornalistas
R. das Trinas, 127
1200 Lisboa
Telef. - 213965774
Fax- 213965752
e-mail:
cj@clubedejornalistas.pt

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA AOS SÓCIOS DO CLUBE DE JORNALISTAS

Site do CJ
www.clubedejornalistas.pt

CJ na TV
4ª FEIRAS, 23.30, NA 2:

SUMÁRIO

6 TEMA
OS MEDIA NO ENSINO SUPERIOR
LABORATÓRIOS DE JORNALISMO
Os projectos jornalísticos das universidades ou politécnicos apresentam-se nos mais variados suportes: jornal ou revista, rádio, televisão e Internet. Para muitos alunos, constituem a apetecível vertente prática dos cursos; para outros tantos professores, a partilha da experiência ganha nas redacções.
Por Helena de Sousa Freitas

22 ANÁLISE
O FUTURO DA IMPRENSA
O momento crucial
Por John Carlin

32 A INFORMAÇÃO TELEVISIVA
Por Nuno Goulart Brandão*

36 OLHANDO AS ESTRELAS NAS PÁGINAS DOS JORNAIS
O caso d'A Capital
Por Rui Brito Fonseca

42 ENTREVISTA
DANIEL HALLIN
«O partidarismo dos media está a aumentar»
Analisar os sistemas de media por aquilo que são, numa perspectiva histórica e no presente, e não na perspectiva de como deveriam funcionar, é um pressuposto básico e distintivo do estudo comparativo empreendido por Daniel Hallin e Paolo Mancini.
Por Carla Baptista e Carla Martins

48 CRISTINA PONTE E LÍDIA MARÔPO
Jornalismo e infância
As crianças e jovens fazem cada vez mais manchetes de jornal e abrem noticiários, mas as suas vozes continuam a ser pouco ouvidas.
Por Ana Jorge

JORNAL
[60] Livos **Por Martins Morim**
[62] Sites **Por Mário Rui Cardoso**

66 CRÓNICA
Por Fernando Dacosta

Assine a JJ

JJ – *Jornalismo e Jornalistas*
A única revista portuguesa editada por jornalistas exclusivamente dedicada ao jornalismo

Indispensável para estudantes, professores, investigadores e todos os que se interessam pelo jornalismo em Portugal e no mundo

Pretende ter um acesso fácil e seguro à JJ?

Assine a nossa revista, recebendo em sua casa, regularmente, os quatro números que editamos por ano, num total de 256 páginas, por apenas 10 euros, bastando enviar-nos os elementos constantes do cupão junto

Dossiês ● análises ● entrevistas ● notícias ● recensões ● crónicas ● comentários ● memórias
Imprensa ● Rádio ● Televisão ● Jornalismo digital ● Fotojornalismo ● Cartoon

Actualmente no seu décimo ano de publicação regular, a JJ tem-se afirmado, quer nas salas de redacção quer nas universidades, como uma ferramenta fundamental para todos os que pretendem estar informados sobre a reflexão e o debate que, no país e no estrangeiro, se vão fazendo sobre o jornalismo e os jornalistas.

JORNALISMO & JORNALISTAS

Assinatura anual > 4 números: 2.000$00 > 10 Euros

(INCLUI PORTES DE CORREIO)

Nome.....
Número de Contribuinte.....
Morada.....
Código postal.....Localidade.....
Contactos...../.....
Profissão (fac.).....Idade (fac.).....
Desejo assinar a **JJ** com início no nº .....
Para o respectivo pagamento envio cheque nº.....
Banco.....
Data..... Assinatura.....

Clube de Jornalistas - R. das Trinas, 127 r/c - 1200 857 Lisboa

Uma edição do
Clube de Jornalistas

Rua das Trinas, 127 r/c 1200 857
Lisboa
Telef. 213965774
e-mail: cjxclubedejornalistas.pt

Os media no ensino superior
Laboratórios de Jornalismo

Os projectos jornalísticos das universidades ou politécnicos apresentam-se nos mais variados suportes: jornal ou revista, rádio, televisão e Internet. Para muitos alunos, constituem a apetecível vertente prática dos cursos; para outros tantos professores, a partilha da experiência ganha nas redacções.

Textos **Helena de Sousa Freitas** Fotografias **Luís Humberto Teixeira**

Aparentemente, a vantagem é para os estudantes, que aprendem as rotinas da comunicação social antes de chegar a um mercado cada vez mais saturado e competitivo, mas a ponte entre a academia e o quotidiano jornalístico não se fica por aí e – como salientou Paulo Moura, jornalista do Público e professor na Escola Superior de Comunicação Social (ESCS), em Lisboa – ela é também útil no que respeita "a contrariar a tendência do ensino superior para se desligar da realidade".

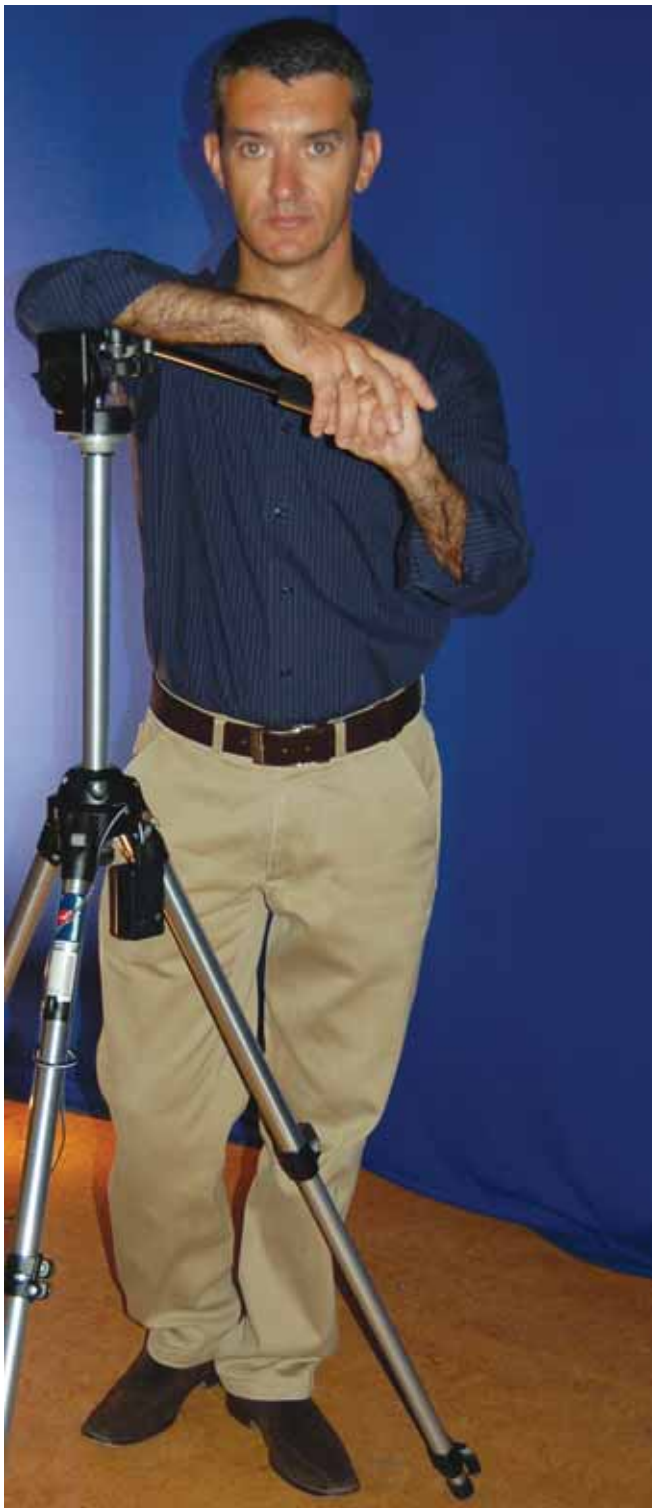
Paulo Moura incentivou a criação do 8ª Colina quando começou a leccionar na ESCS, há cerca de quatro anos, e, embora considere que se trata de um projecto complicado de gerir, "na medida em que o corpo redactorial roda todos os anos", todos os anos enfrenta o desafio com ânimo renovado.

"Às vezes é uma odisseia – no início do ano lectivo, os estudantes interessados em colaborar no jornal chegam a ser cem mas, no final, restam quatro, quando para cada edição são necessários 15 a 20 alunos", revelou Paulo Moura à JJ, acrescentando que os estudantes começam a participar no 2º ano, "definindo logo aí a hierarquia da redacção", composta por cargos rotativos.

Actualmente com periodicidade semestral, "embora já tenha chegado a sair três vezes ao ano", o 8ª Colina tem edição digital e em papel, embora o ano de 2008 tenha marcado um interregno no suporte impresso por não ter sido possível assumir os custos de impressão.

Quem aceita o desafio nada tem a perder pois, se o aluno for colaborador, o trabalho de maior envergadura exigido no âmbito do curso – "uma reportagem ou entrevista" – tem ali onde ser publicado. Por outro lado, "qualquer trabalho realizado para o jornal é objecto de avaliação nas cadeiras de Jornalismo de Imprensa I e II e de

Jornal 8ª Colina e imagem do site Jornalismo Porto Net



Ricardo Nunes, um dos coordenadores do Flash IPS

"Alguns dos alunos que passaram por esta experiência têm conseguido uma boa integração profissional, quer nas rádios locais e regionais, quer nas de expressão nacional."
Ricardo Nunes

Jornalismo Literário", assegurou o docente e director da publicação, segundo o qual "mesmo as tarefas de planeamento, organização e logística contam cumulativamente para as notas finais".

"Além disso, o publicação dá visibilidade aos alunos", assinalou Paulo Moura, que acalenta o sonho de tornar o jornal numa estrutura semi-profissional, "que conte, inclusivamente, para a obtenção da carteira". Uma preocupação inerente a alguém que se reparte entre dois mundos – a docência e a prática redactorial. Algo que encara como "uma mais-valia para os alunos e para a própria escola".

UMA 'CACHA' NO PRIMEIRO MÊS

Fernando Zamith, docente na Universidade do Porto e jornalista na agência Lusa, concorda e defende que a dupla profissão "devia ser a regra" nos cursos de jornalismo ou comunicação.

E por considerar a prática fundamental, foi um dos principais mentores do Jornalismo Porto Net (JPN), que arrancou a 22 de Março de 2004 e que tem uma equipa "com as hierarquias, rotinas e distribuição de tarefas típicas de uma redacção de um órgão profissional".

No ciberjornal, "durante os períodos de estágios curriculares – entre Março e Maio –, os finalistas assumem rotativamente a secretaria de redacção (um por turno semanal) e elegem entre si o subeditor adjunto (um por turno mensal). São eles que decidem numa reunião diária os assuntos que vão ser tratados, inicialmente com a ajuda dos editores e coordenadores (professores) e ao longo do tempo em crescente autonomia", explicou.

E as conquistas acabam por chegar, como o prova o facto de, a 16 de Abril de 2004, os estudantes "jornalistas" do JPN terem sido dos primeiros no país a gravar declarações com o novo embaixador de Portugal no Iraque, Luís Barreiros, numa altura em que se iniciava a onda de raptos de estrangeiros.

"No início do ano lectivo, os estudantes interessados em colaborar no jornal chegam a ser cem. No final, restam quatro."
Paulo Moura

"O que fazemos é uma espécie de jornalismo laboratorial. O objectivo não é dar 'cachas' mas ensinar a técnica de uma boa notícia, entrevista ou reportagem."
Luís Bonixe

O JPN teve, desde o início, espaços de áudio e vídeo, para que todos os alunos pudessem "experimentar diferentes linguagens para diferentes suportes", existindo ainda a webrádio JPR, um projecto autónomo dos professores da vertente radiofónica que inclui áreas jornalísticas e de entretimento, contou Fernando Zamith, adiantando que, no último ano, se acentuou a colaboração entre os dois projectos.

ESFERAS PRÁTICA E TEÓRICA EM ALIANÇA

A rádio é também o território de dois outros professores, Ricardo Nunes e Luís Bonixe. Ambos trocaram o jornalismo pela docência – Ricardo Nunes quando estava na TSF e Luís Bonixe quando era correspondente do Público.

Ricardo Nunes, que lecciona no curso de Comunicação Social da Escola Superior de Educação de Setúbal, é um dos coordenadores do Flash IPS, programa que surgiu no ano lectivo de 2000/01 "para que os alunos sentissem a responsabilidade de trabalhar 'a sério' e conhecessem a pressão do cumprimento de prazos e dos critérios de exigência de qualidade".

Segundo o docente, a participação no magazine radiofónico – divulgado na Popular FM – "é sempre uma escola para quem aprecia jornalismo e, em particular, jornalismo radiofónico".

"Há um *modus operandi* muito próprio e que é gerador de um espírito de trabalho dinamizador, criativo e profissional. Por este motivo, alguns dos alunos que passaram por esta experiência têm conseguido uma boa integração profissional, quer nas rádios locais e regionais, quer nas de expressão nacional", adiantou.

Por outro lado, a elaboração do Flash IPS, que envolve cerca de 15 alunos, é objecto de uma espécie de avaliação alargada, englobando "os planos teórico e prático, a ética e a deontologia, o espírito de grupo, etc" e que "procura traduzir a justeza entre o trabalho previamente negociado e a sua execução".

E dado a ligação entre as esferas prática e teórica ser "de capital importância, principalmente em disciplinas de carácter profissionalizante", Ricardo Nunes – que coordena o Flash IPS com Pedro Brinca, director do jornal digital Setúbal na Rede – considera vantajoso que à frente da disciplina esteja alguém que "se encontra simultaneamente em ambos os campos", pois, "das questões técnicas à ética profissional, tudo se conjuga num espaço de formação em constante aliança".

ACOMPANHAR O RITMO DOS ALUNOS

No mesmo sentido se pronunciou Luís Bonixe, docente da licenciatura em Jornalismo e Comunicação da Escola Superior de Educação de Portalegre que tem no currículo a passagem por várias rádios: "O facto de ter tido essa experiência ajuda-me como professor, tornando mais fácil perceber as rotinas de uma redacção. Digamos que tenho mais à-vontade para falar sobre as práticas porque as exerci".

A sua presença foi o móbil para o arranque, em Maio de 2002, do ESEP Jornal Digital, que ao princípio apenas tinha texto e fotos, passando depois a incluir áudio (ESEP Rádio) e vídeo (ESEP TV).

"O ESEP Jornal surgiu porque queríamos ter um órgão de comunicação onde os futuros jornalistas que formamos pudessem colocar os trabalhos feitos em várias cadeiras do curso. Inicialmente pensámos num jornal impresso, mas os custos inerentes a essa opção fizeram-nos escolher o *online*", contou à JJ.

O docente – que coordena a iniciativa em parceria com Sónia Lamy, ex-jornalista do Metro e d'A Capital – esclareceu que "o ESEP Jornal aceita artigos de opinião de estudantes de qualquer área, mas as peças jornalísticas estão

Fernando Zamith, um dos mentores do Jornalismo Porto Net (Foto de Luís A. Santos)

"Os finalistas assumem rotativamente a secretaria de redacção e elegem entre si o subeditor adjunto. São eles que decidem numa reunião diária os assuntos que vão ser tratados."
Fernando Zamith

restritas aos alunos de Jornalismo e Comunicação", que as realizam no âmbito de disciplinas como Oficina de Jornalismo, Jornalismo Radiofónico, Jornalismo Televisivo ou Ciberjornalismo, sendo os alunos desta última quem gere o projecto.

Segundo Luís Bonixe, "99,9% do jornal é produzido pelos alunos, que respondem perante um editor, ao qual cabe verificar a ocorrência de temas repetidos". Neste caso, o editor não corrige, não edita o trabalho dos colegas, "dado não ter mais traquejo do que eles, já que estão todos no mesmo patamar".

Sem uma periodicidade rígida, o ESEP Jornal depende do ritmo dos alunos, "havendo uma enorme sazonalidade que está relacionada com o funcionamento das disciplinas práticas", explicou, acrescentando que, no ano lectivo que findou, "o ESEP Jornal mobilizou 40 a 45 alunos".

"Cada aluno produz cinco a sete peças num ano lectivo e, como não entram todas imediatamente *online*, as mais intemporais ficam em carteira e servem para alimentar o espaço nas pausas lectivas".

Tentando aproximar-se da realidade local e com secções comuns a um jornal profissional, o projecto já tem recebido retorno de leitores que o consultam como se se tratasse de um meio de comunicação regional, embora, segundo o responsável, "não haja qualquer intenção de fazer concorrência a esse nível".

"Aliás, o que fazemos é uma espécie de jornalismo laboratorial. O objectivo não é dar 'cachas' mas ensinar a técnica de uma boa notícia, entrevista ou reportagem. Cada trabalho implica a procura do acontecimento, o tratamento da informação e o reajuste do texto em função das características do órgão. Esta última etapa apenas existe porque o trabalho se destina a publicação e não exclusivamente a avaliação, sendo este um incentivo extra que tem dado excelentes resultados", garantiu Luís Bonixe. JJ

Jornais e revistas, rádio, TV e Net

Coimbra é uma lição

Com o sonho e a tradição do seu lado, Coimbra tem um pouco de tudo no que se refere a meios de comunicação no ensino superior, incluindo alguns dos órgãos mais antigos: a RUC, a dois anos de celebrar o quarto de século, ou A Cabra, que em Janeiro atingiu a maioridade.

Distribuído nos autocarros e nos cafés da baixa, o jornal A Cabra – focado na Universidade de Coimbra – está atento à cidade, "à qual se vai dando conta de muito do que ali se faz", explicou Pedro Crisóstomo, de 21 anos, editor-executivo do quinzenário, onde, apesar do cargo, não se sente profissional "mas alguém que está a aprender".

De acordo com o responsável, finalista de Jornalismo, "não é fácil conciliar a participação nestes projectos com as aulas" e, na sequência do processo de Bolonha, "o número de colaboradores por edição passou de 30 para 15, pois o novo formato do curso reduziu ainda mais o tempo dos alunos para iniciativas extracurriculares".

Mas o esforço tem um fim em vista: "Há sempre a expectativa de abrir portas para o mercado de trabalho e vemos isso no exemplo de outros que por aqui passaram, alguns dos quais estão hoje no Público, no Correio da Manhã, na televisão, na assessoria".

"O facto de A Cabra ser um jornal descentralizado também acaba por ser positivo, pois há pessoas que vão trabalhar para Lisboa e outras que conseguem emprego na região", assinalou Pedro Crisóstomo, que é de Coimbra e começou a colaborar no quinzenário "no 1º ano do curso, numa espécie de estágio informal na versão *online*".

Com uma tiragem de 4.000 exemplares, A Cabra, que em Janeiro celebrou 18 anos, faz parte da secção de jornalismo da Associação Académica de Coimbra (AAC), junto com a acabra.net e a revista literária anual Via Latina, publicada há mais de 120 anos. A Associação Académica dinamiza também a Rádio Universidade de Coimbra (RUC), com 23 anos, e a tvAAC, que é o mais recente dos projectos.

EXPERIMENTAR O FUTURO

"Apesar de a colaboração nestes órgãos ser extracurricular, os professores têm conhecimento do envolvimento dos alunos e alguns sentem curiosidade por essa participação", contou Rita Matos, que assumiu o cargo de directora de informação da tvAAC no ano lectivo de 2008/09, após ter sido repórter e editora na RUC.

Aluna do mestrado em Comunicação e Jornalismo na Universidade de Coimbra, Rita Matos considera que, tanto na RUC como na tvAAC, "há uma boa participação dos estudantes, que utilizam estes meios para complementar a teoria do curso".

Tanto mais que "a RUC dá formação em jornalismo radiofónico e a tvAAC em jornalismo televisivo, edição e câmara, tendo já recorrido para esse efeito a profissionais do Cenjor", assinalou.

Revelando que, seja na rádio ou na televisão, "os estudantes de comunicação direccionam-se mais para a parte informativa", Rita Matos afirmou que a opção dos alunos por um ou por outro meio, por um ou por outro suporte, é – mais do que uma experiência – "um sinal da vertente jornalística em que gostavam de trabalhar no futuro".

E o seu caso não foge à regra: "Eu gostaria de vir a fazer televisão. Ou, vá lá, rádio".

LOCAL DE PASSAGEM... OU DE PARAGEM

Outro aspecto a salientar é que, nalguns casos, estes órgãos não são apenas um ponto de passagem, tornando-se mesmo nos locais de emprego dos estudantes.

Assim sucedeu com quatro dos 12 finalistas que, em 2003, estagiaram na então recém-nascida ESEC TV, que surgiu da intenção de criar uma estrutura produtora de audiovisuais dentro da Escola Superior de Educação de Coimbra. Por ali passaram e ali ficaram para os primeiros passos do projecto.

"Arrancámos com a cobertura parcial de Coimbra – Capital da Cultura", recordou Francisco Amaral, director da ESEC TV, "onde actualmente são feitas peças acerca da escola mas também sobre inúmeras actividades culturais da cidade, já que estas praticamente nunca são objecto de acompanhamento mediático, nem mesmo pela televisão pública".

O também professor de Ciências da Comunicação, das Organizações e dos Média, afirmou à JJ que "articular os alunos com o trabalho da ESEC TV não é fácil, pois eles produzem ao ritmo das cadeiras, o que dificilmente se coaduna com as necessidades do programa Espaço Universidades que passa semanalmente no canal 2".

"Além disso – e embora o estúdio esteja sempre aberto

João Figueira, director dos Cadernos de Jornalismo

"Todas as peças publicadas na revista correspondem, em 100%, àquilo que foi apresentado pelos alunos no dossier para avaliação."
João Figueira

"O facto de A Cabra ser um jornal descentralizado também acaba por ser positivo, pois há pessoas que vão trabalhar para Lisboa e outras que conseguem emprego na região."
Pedro Crisóstomo

"Apesar de a colaboração nestes órgãos ser extracurricular, os professores têm conhecimento do envolvimento dos alunos e alguns sentem curiosidade por essa participação."
Rita Matos

"Articular os alunos com o trabalho da ESEC TV não é fácil, pois eles produzem ao ritmo das cadeiras."
Francisco Amaral

à prática por parte dos estudantes – apenas parte do seu trabalho é aproveitável", explicou, acrescentando que a intenção da ESEC TV "não é fazer simulações, é produzir efectivamente, para que os alunos tenham noção do embate e da responsabilidade que é trabalhar para o público em geral e não apenas para os colegas ou professores".

A Escola Superior de Educação de Coimbra tem três cursos de comunicação – Comunicação Social, Comunicação Organizacional e Comunicação e Design Multimédia – e, para Francisco Amaral, que não entende a teoria dissociada da prática, "é fundamental que os estudantes passem pela ESEC TV antes de ingressar no mercado de trabalho, pois muitas vezes estão bastante distantes da realidade".

Tendo trabalhado para a SIC, a Antena 1 e a TSF e sido director de produção da TV Saúde, o responsável, que mantém uma colaboração com o Expresso Online, adiantou à JJ um sonho para a ESEC TV: "Cruzar este suporte com os novos *media*".

MONTRA DE TRABALHOS DOS ALUNOS

A atracção pela era digital não conquistou, porém, a todos e "os Cadernos de Jornalismo ainda cativam muitos estudantes que escolhem os cursos de comunicação social por causa da escrita", assegurou João Figueira, ex-jornalista do Diário de Notícias que coordena a publicação.

A revista funciona "não como uma montra de tudo, mas apenas dos melhores trabalhos de Jornalismo

A Cabra e Cadernos de Jornalismo - dois órgãos a convocar a participação estudantil em Coimbra

Escrito", cadeira que João Figueira lecciona na Universidade de Coimbra.

"Se, em 20 alunos, publico três reportagens, isso indica o crivo a que estão sujeitos os trabalhos", esclareceu o docente, sublinhando que "todas as peças publicadas na revista correspondem, em 100%, àquilo que foi apresentado pelos alunos no dossier para avaliação". "Não há nenhuma edição, nem o título altero", assegurou.

Apesar da exigência e de os estudantes "sentirem uma responsabilidade acrescida por o trabalho feito ao abrigo de uma cadeira poder ser seleccionado para publicação", a revista pretende ter um cariz de experimentação, "já que esse deve ser um dos papéis do jornalismo universitário", sustentou João Figueira, dando exemplos de peças que lhe ficaram na memória.

"Já publicámos entrevistas de altíssima qualidade à Lídia Jorge, ao José Mário Branco, ao Vasco Graça Moura ou à Maria Teresa Horta, havendo também excelentes reportagens sobre os últimos dias de Timor Português, os novos *hippies* ou Rio de Onor", indicou, contando ainda que "uma aluna que estava a fazer um trabalho sobre autismo para os Cadernos, descobriu, ali para os lados de Aveiro, uma comunidade completamente anti-social, que vive quase como na Idade Média, e fez uma peça para o Público Online".

Com uma pré-história que remonta a 2001, quando João Figueira e o jornalista do Público António Granado colocaram na Net o Imediático – "um jornal para publicação de trabalhos dos alunos que era um laboratório a céu aberto e em que o ritmo dos estudantes rebocou os professores" –, os Cadernos de Jornalismo estão abertos ao futuro.

"No âmbito de uma cadeira chamada Portfolio, o próximo número vai divulgar, pela primeira vez, uma reportagem fotográfica sobre a baixa de Coimbra. Além disso, não está excluída a criação de uma edição *online*, onde caberiam peças feitas em cadeiras de rádio e de multimédia", revelou o coordenador.

Afinal, os encantos virtuais sempre estão ao virar da esquina. **HSF**

Imagem do site da Rádio Universidade de Coimbra e A ESEC TV em acção
(Foto: ESEC TV)

João Canavilhas em entrevista à JJ

"Estudantes adquirem uma prática inestimável"

Director do jornal Urbi et Orbi, dinamizado pelos estudantes de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior (UBI), o docente acredita nas vantagens do jornalismo universitário e apresenta exemplos de como este pode abrir a academia ao meio envolvente.

Jornalismo & Jornalistas – Quando e em que moldes surgiu o Urbi et Orbi?

João Canavilhas – O projecto surgiu com três objectivos: mostrar aos estudantes a rotina numa redacção e publicar os seus trabalhos, dar a conhecer a UBI à comunidade exterior, e funcionar como um meio auxiliar à comunicação interdepartamental no interior da "comunidade ubiana". O número zero do jornal ficou online a 31 de Janeiro de 2000.

JJ – E como foi evoluindo o projecto?

JC – Ao início, o Urbi et Orbi digital era o decalque de uma edição impressa. No entanto, conforme se foi aprimorando a pesquisa sobre jornalismo online, ele aperfeiçoou-se. Também procurei aplicar ao projecto as conclusões da minha tese de doutoramento e, nesse âmbito, o texto passou a ser pensado de outra forma, numa integração com o áudio e o vídeo.

Curiosamente, aquilo que começámos por experimentar no Urbi et Orbi digital – nomeadamente a nível de integração de registos – tem vindo a ser aplicado em *sites* de órgãos nacionais, como o da Renascença.

JJ – O Urbi et Orbi existe também em papel, correcto?

JC – Sim, além do jornal semanal na Net, há uma versão em papel, com periodicidade mensal. Temos ainda um projecto radiofónico, a RUBI, e outro televisivo, a TUBI, embora ambos funcionem sobretudo como repositórios.

JJ – São apenas os alunos de Ciências da Comunicação a dinamizar o jornal?

JC – O Urbi et Orbi tem um jornalista efectivo, o chefe de redacção Eduardo Alves, que se licenciou em Ciências da Comunicação na UBI, onde é agora aluno de mestrado, sendo também colaborador do Jornal do Fundão. O resto da equipa são estudantes da área, na sua maioria finalistas. Esporadicamente participam alunos do 1º e do 2º ano e, muito mais raramente, de outros cursos.

JJ – A participação dos estudantes tem lugar no âmbito do curso ou é extracurricular?

JC – Os alunos participam nestes projectos no âmbito das disciplinas de Webjornalismo e Jornalismo Radiofónico, ambos leccionados no 3º, e agora último, ano da licenciatura. Quanto à vertente televisiva, é desenvolvida no âmbito dos ateliers de jornalismo: há um atelier com as vertentes Escrito e Rádio/TV na licenciatura e outro no mestrado.

JJ – O trabalho realizado no contexto académico tem visibilidade fora da UBI? Abre portas no mercado laboral?

JC – Acredito que sim, tendo por base exemplos concretos. Há uma cadeira, comum ao mestrado em Jornalismo e à licenciatura em Design Multimédia, que se chama Infografia Multimédia para Jornalistas e para a qual os estudantes fizeram uma infografia digital sobre as eleições europeias. Eu recebi contactos de jornais a dizer que era precisamente aquela infografia que gostavam de ter.

Também no âmbito das Europeias, o PSD entrou em contacto com os nossos alunos de Ciências da Comunicação porque necessitava de jornalistas multimédia para acompanhar a campanha e actualizar o *site*. Alguns aceitaram e tiveram ali uma hipótese de trabalho remunerado.

No início de Junho, houve ainda uma empresa com um canal de TV *online* que se dirigiu directamente à universidade depois de ver peças dos alunos na TUBI.

Em síntese, ao participar nestes projectos os estudantes adquirem uma prática inestimável e publicam os seus trabalhos, sendo avaliados por isso ao mesmo tempo que vão construindo um *portfolio* para abordar o mercado laboral. **HSF**

Parcerias entre órgãos

Passaportes para o mundo do trabalho

A participação nos meios de comunicação das universidades ou politécnicos é, sobretudo, uma forma de ganhar experiência. Mas pode ir mais além. De rádios regionais a jornais nacionais, são diversos os órgãos a estabelecer parcerias com os media académicos. E o recrutamento de colaboradores também passa por aqui.

Um dos órgãos que maior abertura tem demonstrado neste sentido é o Ensino Magazine (EM), jornal mensal lançado em Fevereiro de 1998 e que chega actualmente ao ensino básico, secundário e superior em Portugal, aos PALOP e a Espanha.

"Temos correspondentes em quase todo o país, que na sua maioria são alunos ou já concluíram os seus estudos, quer em universidades, quer em politécnicos", contou João Carrega, director da publicação gratuita, à JJ, explicando que o recrutamento de estudantes para as fileiras do jornal tem acontecido "naturalmente", quer por estágios curriculares, quer por estágios profissionais, quer por propostas dos estudantes. "E os resultados não poderiam ser melhores" – garantiu.

Procurando "fazer a ligação entre a escola e a sociedade", nomeadamente esclarecendo os jovens estudantes "sobre temas da actualidade educativa", o EM informa os alunos do básico e do secundário, "daquilo que são as actividades das universidades e dos politécnicos", para lhes facilitar a escolha "quando chegar a altura de decidirem o seu futuro académico". Aos alunos e docentes do ensino superior o jornal destina "entrevistas de fundo, grandes reportagens e notícias sobre a vida das próprias instituições e associações de estudantes", sintetizou o responsável.

PROTOCOLOS PARA REUTILIZAÇÃO DE PEÇAS

A divulgação de iniciativas que "promovam a inserção dos jovens formados na vida activa" é algo que o jornal mensal também não descura e talvez daí a existência de um espírito angariador próprio, a que não serão alheias as parcerias estabelecidas com alguns media académicos, como o Urbi et Orbi, da Universidade da Beira Interior (UBI), ou o ESEP Jornal Digital, da Escola Superior de Educação de Portalegre.

Pormenor da edição digital do jornal Urbi et Orbi, e capas do Ensino Magazine e do Jornal O Canudo

"Temos correspondentes em quase todo o país, que na sua maioria são alunos ou já concluíram os seus estudos, quer em universidades, quer em politécnicos."
João Carrega

João Carrega, director do Ensino Magazine (Foto: D.R.)

"O Ensino Magazine pediu-nos se podia ir buscar textos ao ESEP Jornal e publicá-los assinados com o nome do autor e nós concordámos", contou Luís Bonixe, docente da instituição, assinalando a ocorrência de outros acordos, pontuais, "com órgãos locais, caso da Rádio Portalegre e do jornal Alto Alentejo".

Também João Canavilhas, director do Urbi et Orbi, referiu um protocolo com o Ensino Magazine, indicando ainda a existência de uma parceria com o Notícias da Covilhã, "que distribui a edição mensal impressa do jornal como encarte" e já tem recorrido à informação divulgada pelo meio de comunicação universitário.

"Aliás, vários órgãos regionais e nacionais vão buscar informação ao nosso jornal", asseverou o docente: "O Urbi et Orbi fica *online* à terça-feira e o Jornal do Fundão ou O Interior estão sempre atentos, havendo também rádios que utilizam os sons feitos pelos alunos. Posso também dizer que cerca de 75% das notícias nacionais sobre a UBI são 'picadas' da mais recente edição do nosso jornal ou das duas anteriores".

"De assinalar ainda que o magazine Rádio Universidade, composto por música e por um bloco informativo sobre a UBI, é emitido pela Rádio Cova da Beira, existindo pedidos de outras rádios regionais para que façamos mais programas, algo que estamos a estudar" – revelou.

ACORDOS PARA DISTRIBUIÇÃO E FORMAÇÃO

A opção por um acordo com outro órgão para alcançar a comunidade envolvente foi também a estratégia do 8ª Colina, da Escola Superior de Comunicação Social (ESCS). Com uma tiragem de 18.000 exemplares, o jornal tem quase 90% da edição distribuída como encarte do Público na zona de Lisboa.

A parceria tem os seus custos, mas compensa se forem tidas em conta as características do 8ª Colina, "que não é um jornal de escola ou para a escola, nem sequer um jornal sobre temas de ensino – é sobre a Grande Lisboa e a ela se destina", nas palavras de Paulo Moura, o jornalista do Público que idealizou o projecto há quatro anos, quando começou a leccionar na ESCS.

A publicação como encarte foi ainda a opção d'O Canudo, que entre Abril e Junho de 2008 saiu com o semanário regional O Barlavento. Uma vez conquistada a autonomia, o acordo manteve-se noutros moldes, segundo o director do projecto académico dos alunos de comunicação da Universidade do Algarve.

"Os estudantes que escrevem para O Canudo continuam a ter formação dada pelo Hugo Rodrigues, que é jornalista d'O Barlavento e, simultaneamente, chefe de redacção d'O Canudo", explicou André Dias. Uma dupla função que faz dele "a única pessoa remunerada no jornal". **HSF**

Projectos colhem simpatia dos estudantes

Uma mais-valia para a vida activa

Destacando a vantagem de ter professores que estão, ou estiveram, vinculados a órgãos de comunicação social, muitos estudantes vêem nas experiências jornalísticas proporcionadas pelos cursos um meio de obter a prática que – constataram – faz toda a diferença no mercado de trabalho.

Marisa Rocha Santos, finalista de Ciências da Comunicação na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD), escolheu fazer o estágio curricular na Universidade FM depois de uma bem sucedida experiência nesta rádio ao longo do ano lectivo de 2008/09.

"Num atelier do curso, falou-se na hipótese de criarmos um programa de rádio, pelo que eu e uma colega, a Marta Sousa, avançámos com o Voz Activa, que era semanal, com 20 minutos, e no qual entrevistámos várias figuras da academia", recordou.

O programa, que era objecto de avaliação na licenciatura, foi uma manifestação da sua preferência pela rádio, embora também tenha colaborado na UTAD TV, "à qual se acede no site da universidade e onde são abordados temas sobre a comunidade académica, contando com a participação de alunos de Ciências da Comunicação e de Comunicação e Multimédia".

"Um dos programas da UTAD TV, o Jornal Universitário, é um bloco noticioso feito semanalmente pelos alunos de Ciências da Comunicação. A intervenção dos pivots tem lugar em directo, tal como as entrevistas a alguns convidados, feitas num estúdio que existe na universidade", contou.

Segundo Marisa Santos, "houve um acréscimo de visitas ao site da UTAD na sequência da inserção da UTAD TV", sendo "bastante incentivador saber que qualquer pessoa que aceda àquele espaço pode ver o trabalho dos alunos".

Além da visibilidade no site, "há a hipótese de guardarmos as peças que fizemos, ou que ajudámos a fazer, e de as incluir num portfolio", declarou, já de olhos postos na vida activa.

AGIR NO TERRENO "COMO VEM NOS LIVROS"

"Estes projectos dão-nos experiência e bagagem, aprendemos a mexermo-nos no meio e ganhamos noção de aspectos elementares, como a importância de uma boa agenda de fontes ou a pressão associada às deadlines", explicou João Santos Filipe, chefe de redacção do 8ª Colina, da Escola Superior de Comunicação Social, em Lisboa.

Apresentando o 8ª Colina como um "jornal a sério, virado para a capital", não como um jornal escolar, João Filipe considerou que a existência do projecto incrementa a exigência dos alunos em relação aos trabalhos académicos realizados no âmbito de certas cadeiras: "Saber que, se um trabalho ficar muito bom, pode figurar no jornal, á aliciante".

Finalista e, como tal, às portas do mercado de trabalho, destacou também à JJ a importância dos professores que conciliam a docência com a prática jornalística.

"Acho que há uma grande vantagem em contarmos com a excelente capacidade crítica do professor Paulo Moura, jornalista do Público. Embora tenha a filosofia de que o jornal é dos alunos, ele propõe uma agenda temática muito atractiva, fazendo toda a diferença em termos de política editorial", afirmou.

Um aspecto assinalado também por João Picado e Patrícia Matos, ambos ex-alunos de Jornalismo e Comunicação na Escola Superior de Educação de Portalegre.

"Ter professores que já foram, ou ainda são, jornalistas é uma imensa ajuda. Devido à tarimba, dão-nos uma percepção das dificuldades reais da profissão. Julgo que ninguém devia exercer docência nesta área sem ter estado pelo menos dois anos no terreno, pois, embora a teoria seja muito importante, é fundamental ter passado pelas vicissitudes do jornalismo", afirmou João Picado, que terminou o curso em Novembro de 2004 e trabalha no semanário Auto Hoje, em Lisboa.

Membro fundador da vertente de vídeo do ESEP Jornal Digital, a ESEP TV, que foi tema do seu projecto de final de licenciatura, João Picado acredita que estas experiências são "uma forma de enriquecer e complementar o trabalho prático iniciado nas aulas".

E a diferença entre quem alinha e quem se alheia destas iniciativas não demora a notar-se, exemplificou: "Nos estágios curriculares, apercebi-me de colegas de outros estabelecimentos de ensino que tinham imensa dificuldade em fazer um simples lead. É uma evidência da falta de prática".

O mesmo notou Patrícia Matos, que se licenciou na ESEP há três anos e trabalha agora na TVI. Enaltecendo o papel do docente Luís Bonixe, antigo jornalista do Público – "que foi importantíssimo em todo o processo de aprendizagem

Luís Bonixe, um dos mentores do ESEP Jornal (em pé, atrás) com um colega e uma aluna. (Foto: Lopo Pizarro)

prática" –, defende que, em muitos cursos de comunicação social, "faltam professores que tenham sido jornalistas".

Tendo estagiado na Antena 1, deparou-se com colegas "que saíam da faculdade sem saber fazer uma notícia, sem saber, sequer, o que era um RM [registo magnético]".

"Outra coisa que notei, e que ainda noto, é que há recém-licenciados para quem se faz tudo como vem nos livros. Não têm qualquer noção do improviso", complementou Patrícia Matos.

DESCOBRIR FRAGILIDADES ANTES DO MERCADO

Falta de prática é algo de que Raquel Carvalho, recém-licenciada em Jornalismo pela Universidade de Coimbra, dificilmente se queixará – participou na revista Cadernos de Jornalismo, foi redactora e editora no quinzenário A Cabra e colaborou na Rádio Universidade de Coimbra (RUC).

O conjunto das três participações fez com que, ao chegar ao Jornal Tribuna de Macau para um estágio de seis meses, quase nada nas rotinas da redacção lhe fosse estranho.

"Não tive dificuldade em procurar fontes, nem em chegar à notícia", assegurou Raquel Carvalho, destacando o contributo dos vários projectos de jornalismo universitário por onde passou.

"A cadeira de Jornalismo Escrito, para a qual fiz os trabalhos publicados nos Cadernos, foi essencial para perceber o que mais me interessava fazer e para encontrar abordagens inovadoras e criativas dos assuntos, bem como para detectar as minhas dificuldades antes de chegar ao meio laboral", declarou.

A disciplina, leccionada por João Figueira, ex-jornalista do Diário de Notícias e "um professor que, por ter vivências concretas para partilhar, imprime uma vertente mais prática às aulas", contou com uma vantagem acrescida: "a presença de jornalistas convidados", referiu Raquel Carvalho.

A isto se somou a experiência de edição n'A Cabra, "muito útil para uma noção de mecanismos que são quase imperceptíveis quando se é redactor mas que ajudam a compreender as posições dos editores nas redacções", e um workshop de informação que frequentou na RUC, onde durante três meses teve oportunidade de realizar peças e reportagens.

"Mais ou menos directamente, tudo acabou por ter a sua aplicação nas várias tarefas do estágio", recordou a pouco tempo de regressar ao Jornal Tribuna de Macau. Desta vez, em princípio, para ficar. **HSF**

"Há a hipótese de guardarmos as peças que fizemos, ou que ajudámos a fazer, e de as incluir num portfolio."
Marisa Rocha Santos

"Ter professores que já foram, ou ainda são, jornalistas é uma imensa ajuda. Devido à tarimba, dão-nos uma percepção das dificuldades reais da profissão."
João Picado

A sedução do jornalismo

Os órgãos de comunicação universitários são maioritariamente dirigidos por docentes ou estudantes de jornalismo. Mas a regra tem excepção e, no Norte como no Sul, há casos de alunos de outras áreas que se deixaram conquistar pelas redacções. Um entusiasmo capaz de lhes mudar o rumo profissional.

Assim sucedeu com Luís Mendonça, que frequentava o curso de Engenharia de Minas na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) quando começou a colaborar na UFM – então denominada Rádio Universidade do Marão – de que é actualmente director.

"A rádio tem 23 anos, é anterior ao curso de Ciências da Comunicação. Quando comecei a interessar-me por isto, não imaginava a volta que a minha vida ia dar", contou a rir, explicando que, aos 45 anos e com carteira profissional há duas décadas, voltou aos bancos de escola.

"Apesar dos anos de prática, sentia a falta de qualquer coisa, talvez de uma vertente mais teórica... Por isso, resolvi inscrever-me em Ciências da Comunicação e agora sou estudante outra vez", prosseguiu, mantendo o registo bem-humorado característico de quem teve um percurso desalinhado, "com 10 anos a ensinar Físico-Química no ensino secundário" e ligações à SIC e à agência Lusa.

Por tudo isto, não lhe causa espanto ver outros estudantes deixarem para trás opções profissionais anteriores para se renderem à propalada "magia da rádio".

"Um dos jornalistas que cá temos era do curso de Inglês/Alemão. Outro era de Economia e Gestão mas, como gostava de fazer locução, veio para aqui e agora mudou para Ciências da Comunicação. Ficaram como funcionários da rádio, remunerados", explica Luís Mendonça, avançando mais um caso, o do correspondente da TVI em Vila Real: "O Miguel Cabral era estudante no curso de Educação Básica e começou como animador. Foi aqui que passou a jornalista profissional".

Actualmente, e na ausência de um estúdio de rádio na UTAD, "a UFM serve de laboratório prático aos estudantes de comunicação, que realizam programas com entrevistas a professores, colegas de curso e outras figuras da universidade, dinamizam um espaço informativo sobre eventos da comunidade académica ou fazem aqui o estágio curricular", contou o director da rádio à JJ.

DAS CIÊNCIAS PARA AS LETRAS

Atravessando o país, fomos encontrar outras situações de "desvio profissional" em Faro, onde o jornal O Canudo e a Rádio Universitária do Algarve (RUA), que partilham o espaço da redacção e parte da equipa, são dirigidos por pessoas das ciências naturais.

Site da Rádio Universitária do Algarve

André Dias, um aluno de Biologia Marinha que confessa adorar o jornalismo, já tem currículo na área, pois a direcção d'O Canudo, jornal dos alunos de comunicação da Universidade do Algarve, foi assumida após o cargo de director-executivo na RUA.

De um fôlego, contou à JJ a história do órgão que dirige, lançado na Internet em Junho de 1996: "Entre essa data e o ano 2000, O Canudo teve 29 edições, seguindo-se um longo interregno. Foi relançado em Abril de 2008, como suplemento do jornal regional O Barlavento, e em Junho desse ano autonomizou-se. Em Novembro, começou a sair mensalmente, com 24 páginas e uma tiragem de 3.000 exemplares, distribuídos gratuitamente em estabelecimentos do ensino superior, profissional e secundário do Algarve. No novo ano lectivo, o jornal deverá ter um domínio próprio na Net – www.ocanudo.pt".

Segundo André Dias, "o objectivo d'O Canudo, tal como da RUA, é prestar um serviço público, pelo que o jornal não divulga apenas notícias da universidade mas também de associações de estudantes do secundário e de associações juvenis e culturais da região, incluindo uma agenda cultural que cobre todo o Algarve".

Luís Mendonça, director da Universidade FM

"A nossa intenção é virar para fora o que se passa na academia, informando igualmente sobre a educação em geral e a juventude", explicou, adiantando que "trabalham para o jornal alunos dos vários anos dos cursos de Ciências da Comunicação e de Línguas e Comunicação".

O projecto é completamente extracurricular, mas retiram-se vantagens para a cadeira de Jornalismo Escrito e para aquelas em que é exigida a elaboração de um pequeno jornal, "pois os alunos que colaboram n'O Canudo já levam algum avanço", concluiu.

ESTUDANTES DE COMUNICAÇÃO DIFÍCEIS DE CATIVAR

Outro aluno de Biologia a quem a redacção aliciou é Pedro Duarte. Com 34 anos de idade e oito de jornalismo, é o actual director da RUA, a emitir desde a 01:45 do dia 26 de Julho de 2003 e que funciona regularmente como local de estágio dos alunos de comunicação.

Mas o estágio curricular é um período de excepção, pois os alunos de comunicação raramente mostram o interesse nos *media* universitários que seria expectável.

"Os estudantes de comunicação queixam-se da pouca prática que a academia lhes proporciona, mas quase nada fazem para alterar isso. É verdade que as colaborações têm aumentado nos últimos três anos, mas a rádio continua sem uma componente mais informativa, sem um boletim noticioso", lamentou.

Na sua opinião, "o défice de participação verifica-se em tudo o que é extracurricular", pelo que talvez fosse boa ideia "os trabalhos feitos para a rádio serem avaliados no âmbito das cadeiras".

"Pela nossa parte, há inteira abertura para divulgar os melhores trabalhos", assegurou Pedro Duarte, indicando, a propósito, o projecto UAlg TV, cujo *blog* dá a conhecer peças feitas pelos alunos para efeitos de avaliação. Se o exemplo já existe... **HSF**

"A rádio tem 23 anos, é anterior ao curso de Ciências da Comunicação. Quando comecei a interessar-me por isto, não imaginava a volta que a minha vida ia dar."
Luís Mendonça

"A nossa intenção é virar para fora o que se passa na academia."
André Dias

"As colaborações têm aumentado nos últimos três anos, mas a rádio continua sem uma componente mais informativa, sem um boletim noticioso."
Pedro Duarte

Jornal ComUM

"O 24 Horas da Universidade do Minho"

Fundado a 12 de Dezembro de 2005 pelos estudantes Hugo Torres e Hélder Beja, o jornal ComUM é um projecto totalmente extracurricular. Nem sempre bem visto a nível institucional, já se tem deparado com blackouts das fontes.

"O ComUM é uma espécie de contrapoder, pois não escreve apenas notícias positivas e já denunciou situações menos correctas. Daí que, além de o apelidarem de '24 Horas da Universidade do Minho', exista quem, internamente, boicote o nosso trabalho, não prestando declarações ao jornal", contou Bruno Simões, que dirigiu o projecto no ano lectivo de 2008/09.

Aliás, no editorial da edição digital de 19 de Maio, a última antes das férias lectivas, o estudante de Ciências da Comunicação foi esclarecedor: "Ser um jornal independente não é fácil. Os redactores descobriram isso quando precisaram de falar com entidades importantes ou com os ditos 'poderes' da Academia. Não faltaram artigos que, à semelhança do ano passado, não se concretizaram por indisponibilidade das fontes em colaborar com o único jornal que não presta subserviência a ninguém".

Mas, para Bruno Simões – que considera a passagem pelo ComUM "uma experiência muito gratificante e enriquecedora, que faz com que se fique, de longe, mais preparado para enfrentar o mercado de trabalho" –, mesmo as

Bruno Simões

resistências internas são vistas com bons olhos, "pois o ter de superá-las constitui uma forma de ganhar traquejo para enfrentar o mundo real, onde nem tudo serão facilidades".

"A participação num projecto como este gera uma diferença assustadora face aos que não o fazem, pois, no que respeita a aprender a escrever jornalisticamente, a única cadeira que temos é, no 2º ano da licenciatura, o Atelier de Jornalismo, do qual faz parte uma vertente de imprensa", esclareceu, adiantando que o jornal, actualmente apenas acessível na Internet, é mantido exclusivamente por estudantes de Ciências da Comunicação.

"No período em que fui director, tivemos 40 a 50 estudantes a colaborar no jornal. Quando os alunos chegam, tentamos logo mobilizá-los e este ano tivemos muita participação dos caloiros", revelou o responsável, recuperando um pouco da história do ComUM, cuja direcção "mais marcante" foi a de Rui Passos Rocha, no âmbito da qual se lançou uma edição em papel com 20 páginas.

NOVE EDIÇÕES EM QUATRO MESES

Com a publicidade angariada quase porta-a-porta pelos estudantes foi possível lançar nove edições entre Fevereiro e Maio de 2008, "meses em que o trabalho duplicou, porque as edições em papel e *online* tinham, maioritariamente, conteúdos distintos". Os 2.000 exemplares impressos eram distribuídos na Universidade do Minho "e nas três principais cidades da região: Braga, Guimarães e Famalicão".

No ano lectivo de 2008/09, o jornal voltou a ficar apenas na Net, "por dificuldades em conseguir anunciantes", revelou Bruno Simões, segundo quem falta aos estudantes o incentivo de ver a participação no ComUM avaliada no âmbito do curso.

"Alguns professores valorizarão o nosso esforço, mas apenas no Atelier de Jornalismo há lugar a uma classificação dos *portfolios* individuais", onde podem ser incluídas as peças publicadas no jornal. "Mas como esse *portfolio* só vale cerca de 10 por cento...", não será aí que os futuros jornalistas vão buscar o ânimo, concluiu.

Há, contudo, outras recompensas, "como ver temas lançados pelo ComUM – caso do desagrado causado na universidade pelo *blog* humorístico Incidências, do professor Daniel Luís – saltarem para a imprensa nacional" ou saber que um projecto nascido na instituição perdeu o cariz universitário.

"É disso exemplo o Rascunho, também co-fundado pelo Hugo Torres, que cresceu imenso e se tornou no portal cultural www.rascunho.net", congratulou-se. **HSF**

Iniciativa pioneira em Setúbal

Primeiro jornal digital do distrito, o número zero do Mundus Online, dinamizado pelo curso de Comunicação Social da ESE de Setúbal, ficou disponível a 2 de Dezembro de 1996.

"A ideia nasceu da conferência Multimédia e Realidade Virtual, realizada a 20 de Maio de 1996 no Instituto Politécnico de Setúbal", recordou Carlos Castelo, mentor de ambas as iniciativas, à JJ.

A intenção era criar, na ESE e no distrito de Setúbal, um projecto "que permitisse aliar a componente teórica do curso a uma vertente prática. E o objectivo era que tivesse continuidade, que a direcção do curso pegasse no projecto e envolvesse as turmas vindouras mas, como era uma coisa muito inovadora, aí teve algumas resistências", explicou o redactor e director do jornal.

MUNDUS
O Jornal On-Line
REDACTOR
O aluno
Carlos Afonso de Sousa Castelo
é redactor do jornal MUNDUS no ano lectivo de 1996/97.
O Conselho Directivo

O Mundus Online foi apadrinhado pelo conselho directivo da ESE e o departamento de tecnologias disponibilizou um sítio para o alojar. No endereço www.eseset.pt/mundus foram divulgados trabalhos jornalísticos e colunas de opinião sobre actualidade distrital, nacional e internacional, sociedade e educação, informática, ambiente, desporto e cultura, além de um espaço de observatório.

Mobilizando apenas alguns alunos do curso, o jornal digital "partiu da carolice e manteve-se por carolice", tendo seis edições até 13 de Junho de 1997, quando Carlos Castelo assinou um editorial de despedida a lamentar a curta duração do projecto.

"Já não sei que barco hei-de apanhar. Este afunda-se no princípio da sua viagem. Uma tripulação não funciona apenas com o timoneiro. (...) As estruturas, fisicamente, adequam-se, mas as pessoas, quer docentes, quer discentes, demoram muito, muito e muito mais tempo. Descubro que, afinal, o nosso problema nunca foi o das estruturas, mas sim o do capital humano", escreveu.

Terminava assim aquele que terá sido pioneiro nestas lides no ensino politécnico. **HSF**

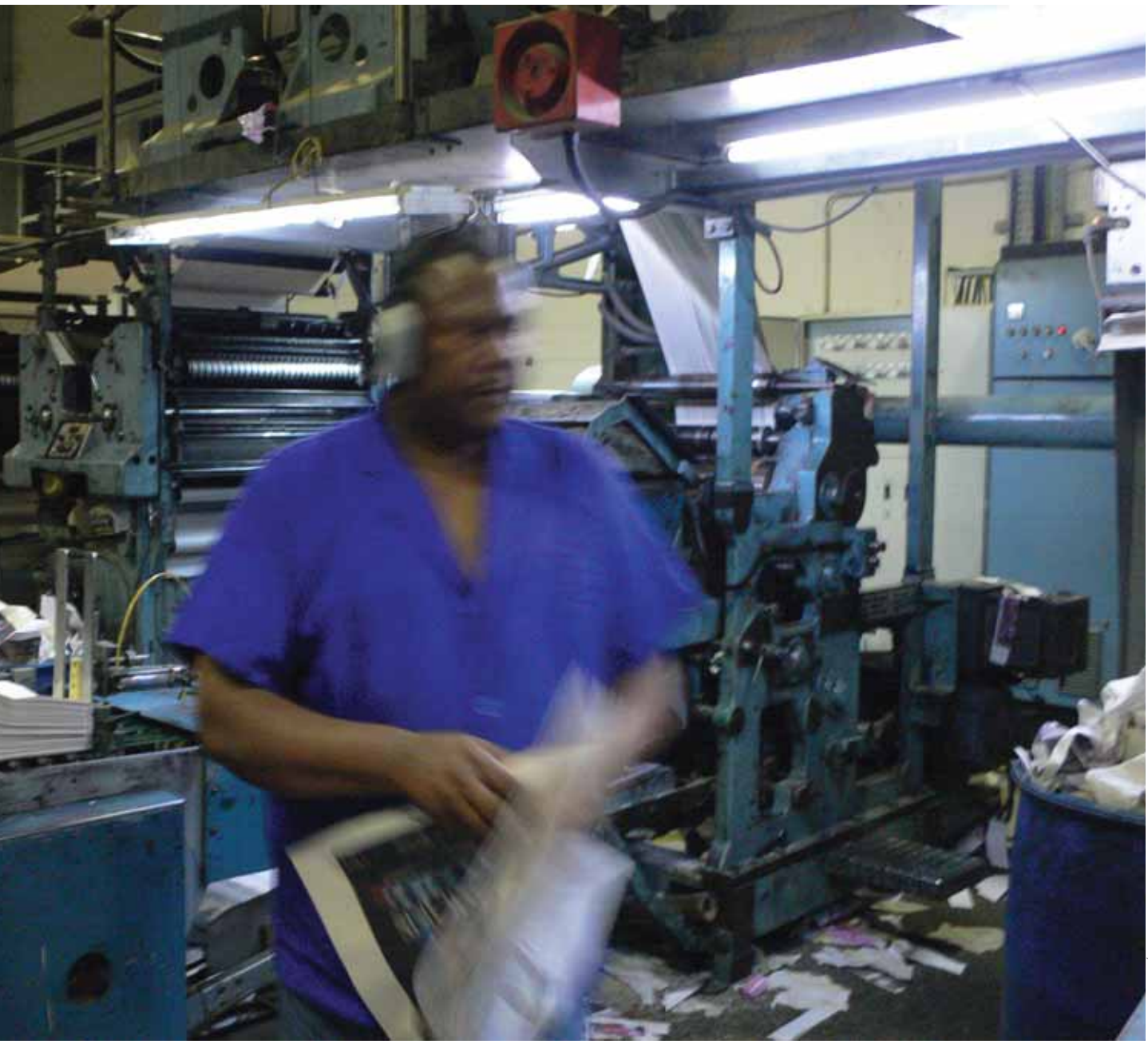
O futuro d

O momento crucial

A crise económica e a revolução da Internet põem duramente à prova a indústria jornalística. Ninguém sabe o que vai acontecer, mas cada vez há mais leitores e os especialistas acreditam no futuro do jornalismo.

Texto **John Carlin***

a imprensa



FOTOGRAFIAS: JOSÉ SOUTO

Era o melhor dos tempos, era o pior dos tempos, a idade da sabedoria, e também da loucura; a época das crenças e da incredulidade; a era da luz e das trevas; a Primavera da esperança e o Inverno do desespero. Assim começa a novela História de duas Cidades, de Charles Dickens, o jornalista mais famoso de todos os tempos. A trama do livro, escrito em 1859, desenrola-se durante a Revolução Francesa. Dickens, que trabalhou em meia dúzia de jornais, poderia ter escrito as mesmas palavras hoje sobre a revolução da Internet. A eclosão da world wide web provocou, no antigo império do jornalismo, incerteza e confusão, sem que alguém saiba exactamente se a tomada da Bastilha deve ser um motivo de esperança ou de desespero. O consenso apenas existe em torno de uma grande contradição: a de que vivemos no melhor dos tempos para o jornalismo, e também no pior.

Nunca houve uma época melhor para se fazer jornalismo escrito, e nunca houve uma pior para se ganhar a vida exercendo-o; há mais mercado do que nunca, mas menos entradas de dinheiro. A tendência é observável com particular nitidez nos Estados Unidos, tantas vezes precursor do que nos espera no resto do mundo ocidental. O panorama é inquietante: a média diária de exemplares vendidos desceu de 62 milhões para 49 milhões desde que há 15 anos a Internet começou a tornar-se acessível a todos. Cerca de cem diários viram-se na obrigação de deixar de imprimir em papel. No mesmo período, o número de leitores de jornalismo digital, nos Estados Unidos, ascendeu de zero a 75 milhões. A fuga da publicidade, o sangue comercial do jornalismo em papel, reduziu os lucros de maneira drástica, o que originou grandes quantidades de despedimentos (calcula-se que 15.000 nos Estados Unidos durante o ano passado) ou, para os que tiveram mais sorte, de pré-reformas.

Philip Bennett, chefe de redacção do The Washington Post entre 2005 e finais de 2008, encontrou-se perante a infeliz tarefa de pré-reformar 250 dos seus camaradas. "E tive de o fazer tendo sempre em mente o paradoxo de vivermos uma época horrível para as empresas de notícias, mas uma idade de ouro para o jornalismo", disse Bennett, um ilustre jornalista, amplamente reconhecido como tal no seu país. "Há muito mais leitores, mas uma terrível pressão sobre o dinheiro e os recursos. Por isso o Post e também The New York Times perderam dinheiro em 2008, pela primeira vez em 50 anos". A imprensa europeia, sem excepção para EL PAÍS e outros grandes diários espanhóis que viveram um fim de 2008 *horríbilis*, partilha a sensação generalizada de que o mais complicado ainda está para vir. E apesar de o mesmo se poder dizer de quase todos os sectores da economia, a diferença reside no facto de o negócio do jornalismo ter sofrido um duplo abanão: está também no epicentro da tempestiva Internet. O que a crise global fez foi acelerar o inevitável impacte da revolução digital.

EL PAÍS obteve informação para esta reportagem através de entrevistas cara a cara (como nos velhos tempos); entrevistas por telefone fixo e móvel; por via da Internet (voz, ou voz e vídeo); através de artigos em diários do *establishment* mediático, como The New York Times (ou o próprio EL PAÍS), ou perante o ecrã de um computador, através da babel sem fronteiras da rede. Recebeu-se um vasto leque de opiniões, desde o pessimismo de um guru da rede nos Estados Unidos, convencido de que não há força capaz de impedir a extinção do jornalismo, não apenas em papel, mas também enquanto conceito, até ao optimismo de um empresário nigeriano que acaba de lançar um jornal que será comercializado em papel por toda a África e por via digital a milhões de clientes internacionais; desde um dirigente do Guardian de Londres, que se questiona sobre se o novo jornalismo - presumindo que a palavra continua a ter relevância - será meramente local, uma espécie de Facebook para vizinhos, até The Wall Street Journal, que agora mesmo está a abrir novas delegações internacionais e cujo dono, o magnata Rupert Murdoch, aposta em jornais com um maior alcance global. Neste momento, o que ninguém sabe, nem pretende saber, é a resposta à pergunta milionária: como continuar a ganhar dinheiro com o jornalismo? Ou a profissão desaparecerá, como os dinossauros, ou Maria Antonieta?

Trata-se de algo mais do que a sobrevivência de um sector minoritário da economia. Os jornais desempenharam

O consenso apenas existe em torno de uma grande contradição: a de que vivemos no melhor dos tempos para o jornalismo, e também no pior. Nunca houve uma época melhor para se fazer jornalismo escrito, e nunca houve uma pior para se ganhar a vida exercendo-o; há mais mercado do que nunca, mas menos entradas de dinheiro.

um papel central na sociedade ao longo dos últimos 200 anos. Têm influência no poder dos governos, no dinheiro das empresas e no entretenimento das massas. Por isso muitas vozes, muitas vezes discordantes, somaram-se ao debate sobre o seu futuro. Em termos gerais, há três correntes de opinião: os bloguistas (assim chamados), convencidos de que o jornal como o conhecemos durante 200 anos e o ancien régime do jornalismo empresarial estão condenados à extinção; os velhos rockeiros, defensores da antiga ordem, que acreditam que após uma época de inevitáveis ajustes e transformação, os grandes baluartes de referência não só sobreviverão, como ainda emergirão fortalecidos; e os de mentes abertas (ou confusas) que observam o espectáculo com honesta perplexidade e, ao estilo Dickens, não sabem muito bem que conclusões retirar.

Clay Shirky, um dos bloguistas mais prolíficos e que mais polémica levanta sobre o tema, resume o desdém que o seu bando sente perante os reaccionários do velho jornalismo quando escreve: "Flecte flecte, insiste insiste, as pessoa dedicadas a salvarem os jornais sempre com a mesma pergunta: 'Se o antigo modelo está falido, o que funcionará no seu lugar?'. E a resposta é: Nada. Nada funcionará. Não há qualquer modelo para substituir o que a Internet acaba de destruir". O deleite iconoclasta de Shirky é partilhado por um bloguista espanhol, o jornalista científico Luis Ángel Fernández Hermana, que desde o início dos anos 90 vem advertindo para a hecatombe. "Os grandes meios estiveram no centro da revolução, da problemática que coloca a Internet, e apesar de ser óbvio desde há 12 anos que tinham de adaptar-se e mudar, ficaram quietos, ou abalançaram-se em absurdos, como cobrar subscrições para as suas versões na Internet para depois deixarem de as cobrar. Agora estão perante um dilema inultrapassável, porque o que é claro é que o sistema empresarial de jornalismo no pode preservar-se".

Entre o bando dos velhos rockeiros destaca-se a voz de Bill Keller, director do The New York Times, o jornal com o maior quadro redactorial do mundo ocidental: 1.200 redactores. Keller é um dos alvos preferidos dos bloguistas, que zombam da fé que continua a expressar na capacidade dos dinossauros em sobreviverem ao meteorito da Internet. "Não há limite para a polémica, baseada numa fé quase religiosa, que gera o tema dos jornais!", declara Keller, zombando por seu turno. "Mas devemos guardar um certo cepticismo perante tão inquebrantável certeza. Não sabemos, com segurança, como separar as consequências da calamitosa crise económica das mudanças de comportamento a longo prazo que geram as novas tecnologias. Nos próximos dois anos teremos de avaliar todas as opções, pôr tudo à prova. O que eu espero é que durante um futuro previsível o nosso negócio continuará a ser uma mistura de papel impresso e conteúdos online, e que o crescimento online compense o declive (gradual, esperemos) do papel". Menos conhecido que Keller, mas talvez com acesso à mais vasta informação, é Earl J. Wilkinson, o director executivo da International Newsmedia Marketing Association (INMA), uma organização com mais de 1.200 sócios em 82 países. Wilkinson, que pertence claramente ao campo conservador, realizou uma ampla sondagem e chegou à conclusão de que "a morte do jornal é um dos grandes exageros surgido do colapso económico da actualidade".

Philip Bennett, actualmente contratado pelo dono do The Washington Post para investigar fórmulas digitais que evitem o desaparecimento do jornalismo como negócio, pertence ao bando das mentes abertas mas confusas, a meio caminho entre os robespierres do mundo bloguista e a velha guarda conservadora. Bennett recusa-se a aceitar a premissa de que "nada, nada funcionará", mas aceita que a estratégia de muitos jornais de reduzir gastos não oferece qualquer solução a longo prazo e que há que ter imaginação no momento de procurar novos modelos, tanto de negócio como de jornalismo. "A era das grandes redacções, com quadros de 800 pessoas a trabalharem para uma versão em papel e outra na web, não parece viável", disse. "Acredito que a Era do jornal terminou, que o debate deve centrar-se na sobrevivência do jornalismo como sempre o entendemos".

Trata-se de algo mais do que a sobrevivência de um sector minoritário da economia. Os jornais desempenharam um papel central na sociedade ao longo dos últimos 200 anos. Têm influência no poder dos governos, no dinheiro das empresas e no entretenimento das massas.

Se nos Estados Unidos as opiniões sobre o futuro do jornalismo são particularmente taxativas, ou negativas, isso tem a ver, em parte, com o facto prático de ser o país no qual mais pessoas têm acesso à Internet. No Reino Unido observa-se um fenómeno parecido. Simon Waldman, o director de estratégia digital do Grupo Guardian Media, que inclui The Guardian e The Observer de Londres, não duvida de que o diário na rede rapidamente se converterá no instrumento jornalístico "por defeito" e que o diário em papel continuará a vender-se de modo reduzido a um grupo de connaisseurs de idade bem mais avançada. Mas talvez esta seja uma visão demasiado anglo-saxónica da conjuntura actual, ou de pessoas que vivem de maneira obsessiva à volta da rede. Para ir ao outro extremo, na China, Índia e África, onde o acesso à rede continua a ser reservado a uma minoria privilegiada, o debate não é tão premente, e o papel continua a ser muito viável.

A Espanha ocupa uma espécie de lugar intermédio, uma vez que o fenómeno Internet ainda não tocou de maneira tão vasta a sociedade como nos Estados Unidos. Juan Luis Cebrián, presidente executivo do Grupo PRISA (dono do EL PAÍS), entende que, como se trata de una revolução global, existem diferenças de critério geográficas. "Mas o que acontece nos Estados Unidos deve servir de aviso relativamente ao que vai acontecer na Europa. Não há qualquer razão para se supor que se grandes jornais norte-americanos com quase 200 anos fecham e se dedicam a editar online, esta não virá a ser uma tendência que se generalizará a outras democracias avançadas". Cebrián imagina que a evolução daquilo que pode vir a suceder em Espanha está condicionada pelo facto de, por enquanto, a banda larga ser cara e relativamente lenta, o que terá influenciado a que a expansão do número de internautas se tenha refreado. De qualquer modo, diz Cebrián, "a tendência leva-nos a supor que a impressão em papel continuará a ser reservada a apenas alguns poucos".

Entre os poucos poderá estar o diário Abc, publicado em Espanha pelo grupo Vocento. Ou pelo menos assim o considera Benjamín Lana, director de inovação e desenvolvimento interno editorial do grupo. Lana acredita que em Espanha o papel continuará a ser rentável durante um bom período de tempo. Em parte, como diz Cebrián, porque a penetração da Internet não está tão avançada como noutros países. "Mas também porque existe uma margem cultural para o diário em papel de dois séculos, que não vai desaparecer numa geração. Todavia há margem para papel, ou pelo menos em Espanha, onde mais de metade da população ainda não acede ao mundo digital", assina-la Lana, que propõe, apesar de tudo, que se opere tendo em conta que as pessoas estão mais disponíveis para ler um diário impresso em determinados dias do que em outros. Por exemplo: para muitos, a leitura do diário faz parte do ritual de ócio dominical. Marca um grato e aprazível parêntesis à vida laboral, associada para muitos ao ecrã de um computador. "Assim, às terças-feiras, dia em que as pessoas têm menos tempo para ler, poderia produzir-se um jornal em papel mais conciso, provavelmente mais explicativo e analítico, talvez mais orientado para uma elite reduzida, e poupar energias para as investir mais a fundo no fim-de-semana". O conceito parece ser partilhado pelo The New York Times, uma vez que acaba de lançar uma oferta de assinaturas para o diário impresso limitada aos fins-de-semana.

Earl Wilkinson, o director executivo da International Newsmedia Marketing, propõe algo semelhante. Imprimir mais, de forma sistemática e flexível, nos dias de maior receptividade e deixar que nos outros dias a produção baixe aos seus "níveis naturais". Acrescenta que em determinados dias o diário poderia concentrar-se em determinados temas; por exemplo, às segundas-feiras, dar mais espaço, começando pela primeira página, ao desporto. "Assim, os diários irão deixando para trás a sua prática de per-

As pessoas estão mais disponíveis para ler um diário impresso em determinados dias do que em outros. Por exemplo: para muitos, a leitura do diário faz parte do ritual de ócio dominical. Marca um grato e aprazível parêntesis à vida laboral, associada para muitos ao ecrã de um computador.

der dinheiro nos dias de menos saída e concentrarão os seus recursos nos dias fortes".

Outro argumento a favor de que afinal o diário em papel ainda tem vida pela frente reside naquilo que o diferencia, fundamentalmente, da noticia no ecrã: a sua íntima tactilidade. Como observa Cebrián: "Um jornal gera uma relação muito intensa com os leitores. As pessoas não dizem 'o meu filme' ou 'o meu livro', mas um leitor do EL PAÍS ou do Abc diz o meu jornal. De certa maneira, associar-se a um determinado jornal faz parte da sua identidade. É uma relação individual com um objecto que por sua vez se torna social. Como se recria esse aspecto táctil fora da impressão em papel? Um telemóvel, um *kindle* [aparelho de leitura de livros digital] também são objectos. Conforme apareçam terminais digitais que sejam melhores substitutos do jornal, o jornal estará mais ameaçado". Um desses substitutos poderá ser o e-newspaper, o jornal electrónico, um suporte de plástico do tamanho do El País Semanal - mas com metade da espessura, que uma empresa norte-americana chamada Plastic Logic está a desenvolver. Vários jornais, entre eles o The New York Times, interessaram-se pela proposta, que permitiria receber informação através da rede (tal como o ecrã de um computador), embora através de um formato que combina o fácil manuseio e a aparência de um diário em papel. Mas a ameaça maior é o custo da publicação em papel. Spencer Reiss, que abandonou a Newsweek a meio dos anos noventa para ir integrar a primeira grande revista ciberépoca, Wired, explica-o com toda a clareza revolucionária que define o bando bloguista. "O plano A é publicar um diário pelo sistema tradicional, por exemplo em Madrid, o que implica cortar árvores na Escandinávia, processar a madeira para a converter em papel, transportar o papel por barco até um porto e depois em camião até à capital. Aí tem-se um imóvel caro no qual trabalha uma vasta e cara redacção e operam as máquinas de impressão, com os seus caros operários. E ainda falta a fase final: transportar o produto impresso aos múltiplos e dispersos pontos de venda. O plano B é um tipo com um computador que carrega numas teclas e envia o mesmo produto para os

ecrãs de um número ilimitado de consumidores. Quem ganha?".

A lógica é esmagadora. E, como assinala Phil Bennett, o ex do The Washington Post, tem consequências injustas. Porque uma vez feito o gigantesco investimento, o produto final - por exemplo, uma notícia escrita por um correspondente em Bagdade - aparece nesse instante e gratuitamente num dos inúmeros portais da Internet. "É como construir um carro que nos é roubado, e que depois os bancos ou as rodas ou as velas aparecem nos escaparates do The Huffington Post ou no Google, que por sua vez fazem negócio com eles vendendo publicidade. Só que, neste caso, o roubo é perfeitamente legal, claro". Rupert Murdoch disse o mesmo, de maneira mais taxativa, há uns dias: "Devemos permitir à Google roubar todos os nossos direitos de autor? Obrigado, mas não". O empregado favorito de Murdoch, o director do The Wall Street Journal, Robert Thomson, fez-se eco do seu chefe ao denunciar certos sítios da rede como "parasitas".

Os outros grandes beneficiados do conteúdo jornalístico de alto calibre na Internet são as empresas de telecomunicações que vendem o acesso à rede. Entretanto, aqueles que investiram dinheiro no produto acabam por perder.

Tanto disparate teve, para alguns jornais, resultados demolidores. The Seattle Post Intelligencer, com 146 anos de vida, silenciou as suas impressoras no mês passado, reduzindo a sua redacção de 167 a um grupinho de 20 redactores que se limitará a gerar, sob o mesmo título, um diário digital. Outro venerável diário norte-americano, The Christian Science Monitor, publicou a sua última edição impressa diária no passado dia 27 de Março, e o San Francisco Chronicle, por ausência de compradores, está prestes a fazer o mesmo.

O problema, e aquilo que nos devolve à grande pergunta de como continuar a ganhar dinheiro com o jornalismo, é que até agora ficou demonstrado que a publicidade digital não se aproxima, nem de perto, da rentabilidade da publicidade em papel. Segundo um estudo do reputado centro de investigação Pew, com sede em Washington, passar a produzir um diário exclusivamente na web significa perder uns 90% de receitas. Ou talvez mais. Cebrián conhece bem esta realidade, mas vê-se obrigado a reconhecer, como Phil Bennett, do The Washington Post, que há mais perguntas que respostas, que há que aceitar com humildade que "estamos na pré-historia" de uma nova Era, e que pretender projectar o futuro com segurança é de loucos. "Na rede", disse, "não há um modelo de negócio enquanto tal. Os modelos de negócio que existem, como o Google ou a Microsoft, são grandes monopólios mundiais. O problema é demasiado grande. Consiste em alterar o modelo de produção do jornal, fazendo com que continue a manter elevadas margens de rentabilidade como as que manteve nos últimos séculos. Porque, caso contrário, não se investirá na informação. Com margens de exploração de 4% na Internet, não é possível enviar correspondentes a zonas de conflito. Portanto, há que procurar um modelo de negócio razoável nos meios impressos".

Cebrián sugere que Barack Obama pode oferecer uma pista. "É presidente dos Estados Unidos não graças à imprensa, ou à televisão, ou à rádio, mas sim por ter sabido usar a rede. Se nós jornalistas aprendermos a usá-la, também triunfaremos".

Onde procurar? O normal é aguardar que pessoas como Phil Bennett ou Simon Waldman, do The Guardian, especialistas na matéria a tempo inteiro, encontrem a solução. Waldman esclareceu que o The Guardian avançou tanto no seu conceito de centralidade da rede que está actualmente a recrutar super-estrelas do mundo digital, provenientes de empresas como a Yahoo, sem qualquer experiência jornalística. A ideia, que Bennett apoia entusiasticamente, é a de que a fusão dos dois tipos de cérebros, os do jornalismo clássico e o digital, ajudem a criar um novo modelo viável. O que talvez não entusiasme tanto Bennett é a possibilidade, proposta por Waldman e os seus ágeis bloguistas, de que o jornalismo se transforme num intercâmbio de notícias de interesse partilhado entre comunidades de vizinhos ou que se criem ilhas de notícias, ou de opinião, entre grupos de pessoas unidas por uma rede social sem fronteiras, ao estilo do Facebook.

Vários jornais, entre eles o The New York Times, interessaram-se pela proposta que permitiria receber informação através da rede (tal como o ecrã de um computador), embora através de um formato que combina o fácil manuseio e a aparência de um diário em papel.

"Pode acontecer que prefiram essa intimidade de critério a ler o que lhes diz uma voz distante e desconhecida".

Mas voltamos ao mesmo. Como ganhar dinheiro? Como viver do jornalismo? Uma vez que aquilo que estamos a viver se trata de uma revolução global, talvez se pudessem encontrar respostas para a incógnita nos países ditos "em desenvolvimento", nos quais a ausência de estruturas antigas os obriga a começar do zero, a forjar novas empresas adaptadas à realidade tecnológica dos dias de hoje e não nas da revolução industrial...

Dele Olojede, um nigeriano que trabalhou 20 anos na imprensa norte-americana e ganhou um Prémio Pulitzer, acaba de fazer algo inimaginável nos Estados Unidos ou na Europa: lançou, no seu país, um novo jornal nacional com a intenção de brevemente alargar a circulação do mesmo, em papel, a quatro países africanos. Chama-se Next e foi lançado no passado mês de Janeiro na rede (www.234next.com). Antes do Mundial da África do Sul, no próximo ano, irá publicar-se uma edição africana que, cumprindo-se as previsões, será vendido, com delegações próprias e gráficas locais, no Cairo, Joanesburgo, Nairobi e Acra, capital do Gana.

Os seus antigos camaradas dos Estados Unidos olham com incredulidade para aquilo que Olojede está a montar, mas ele insiste em que Next não é um projecto quixotesco. "Primeiro, porque aqui, como na Índia ou na China, e noutros países nos quais assistimos à emergência de classes médias, as pessoas procuram símbolos de estatuto social, e ler um diário é um deles". Mas o mais interessante é ver como, contra todos os prognósticos possíveis, a África poderá estar a sugerir uma determinada ideia de caminho a seguir à confusa indústria do jornalismo. Os jornalistas do quadro receberam cursos intensivos sobre o uso de mini-videocâmaras e Blackberries além de outros aparelhos de tecnologia de ponta que agilizarão a transmissão das notícias, seja para o diário em papel, seja para o ecrã de um computador, ou de conteúdos personalizados para telemóvel. Agilidade, versatilidade, rapidez e minimização de custos são as chaves do modelo Next. "Não teremos 25 fotógrafos on-line, antes dependendo de colaboradores de outros lados", explica Olojede. "A solução consiste em ter gente competente na redacção e uma vasta rede de repórteres a colaborarem por todo o país, em África e no resto do mundo. A qualidade estará assegurada porque haverá uma competição feroz. Os melhores e os mais fortes sobreviverão, e ganharão bom dinheiro connosco".

O mais interessante é que Olojede está a pôr em marcha precisamente aquilo que propõe Earl Wilkinson para os jornais norte-americanos e europeus. Wilkinson insiste na possibilidade de diminuir os custos, através do uso "selectivo" da opção digital; adaptar o produto jornalístico de baixo para cima às necessidades da audiência, em vez de impor um produto de cima para baixo, e criar uma força laboral capaz de se movimentar com facilidade entre os diferentes meios de comunicação, tendo especial atenção aos meios digitais.

Com o tempo, como diz Bill Keller, irão pôr-se à prova mais e mais opções para se ver como se poderá converter o jornalismo num negócio viável. Uma opção que foi recentemente proposta com entusiasmo nas páginas do The New York Times e da revista Time baseia-se na ideia de "salvar" o jornalismo da mesma maneira que se "salvou", até certo ponto, a indústria da música: aplicando uma espécie de canon semelhante ao da música ao comprar um computador, ou ao dar-se alta num servidor da Internet; ou ainda aplicando o sistema de micro-pagamentos do I-tunes, música adquirida através da Internet, à compra de artigos. Os bloguistas, inevitavelmente, não concordam. Spencer Reiss, director do Monaco Media Forum, um encontro anual entre dirigentes daquilo a que chamam new e old media, diz que procurar a salvação no I-news é uma fantasia porque nega a realidade de que uma canção dura eternamente, enquanto uma notícia caduca no próprio dia. De qualquer maneira, certamente que o sistema de micro-pagamento será tentado. A chave estará em descobrir um procedimento ágil através do qual se pagaria, por exemplo, três cêntimos para ler um determinado artigo, e eventualmente 50 para deter o acesso ilimitado à página web de um diário durante 24 horas.

Outra ideia para manter à tona grandes envergaduras, embora já tenha sido tentado, é a do pagamento por subs-

Cebrián vê-se obrigado a reconhecer, como Phil Bennett, do The Washington Post, que há mais perguntas que respostas, que há que aceitar com humildade que "estamos na pré-historia" de uma nova Era, e que pretender projectar o futuro com segurança é de loucos.

crição na web. The Wall Street Journal fê-lo, com um certo êxito. Mas, como muitos assinalaram, é um caso excepcional por oferecer um serviço financeiro muito especializado e que, como observa Spencer Reiss com ironia, mais de metade dos assinantes são empresas. As notícias de informação geral de interesse para os leitores não empresariais - acidentes aéreos, resultados desportivos, declarações de políticos - podem obter-se gratuitamente através de inúmeras fontes, muito para lá dos jornais tradicionais. E, como assinala Jeff Jarvis, apesar de haver um reduzido núcleo de pessoas dispostas a pagar para ler notícias exclusivas ou colunas bem escritas, a realidade é que o dinheiro que geram não compensam as inevitáveis perdas de publicidade. Pelo menos, hoje em dia. Porque, o que acontece se muitas empresas chegam à conclusão de que não lhes interessa a publicidade na Internet? Ou se o anunciante descobre que lhe é mais rentável associar-se, como propõe Benjamín Lana, com uma marca de credibilidade, como um grande periódico, do que com uma anódina página web?

Se actualmente o jornalismo está em crise, como o está a economia mundial, é em grande medida pela tendência do ser humano em acreditar que as circunstâncias actuais se irão reproduzir eternamente. E mesmo que os bloguistas se riam dos velhos rockeiros do jornalismo precisamente por essa razão, o que ignoram é que provavelmente eles também se encontram cativos daquilo que acaba por ser uma outra variante do mesmíssimo conservadorismo mental. E se surge uma nova invenção que suplante a Internet? Ou, apesar da Internet poder permanecer como meio de comunicação, o que irá acontecer se as pessoas mudarem de hábitos? Toda a gente parece supor que, dado que os jovens de 20 anos não lêem em papel, os que hoje têm oito anos também optarão por um ecrã digital como o seu sistema favorito de comunicar com os outros e inteirarem-se daquilo que se passa no mundo. Mas, que acontecerá se as crianças de hoje se rebelarem contra o onanismo dominante nas jovens gerações actuais e procurarem um contacto táctil e visual com pessoas não virtuais, mas sim físicas? Facebook e outras variantes de redes sociais poderão acabar por ser consideradas lamentavelmente *démodés* daqui a dez anos.

O grande consolo do jornalista, ou daquele que aspira a sê-lo, é o de que aquilo que faz não é uma moda fugaz. Existe e sempre esteve numa ininterrupta demanda desde muito antes do aparecimento da Internet; muito antes da primeira impressora; muito antes, até, da invenção da roda. Há 30.000 anos, havia um grupo familiar, ou tribal, que se sentava à volta de uma fogueira numa caverna. E esse grupo tinha necessidade de ouvir as notícias do dia ou da semana ou do mês. Não tinham fotógrafos, mas sim especialistas que desempenhavam o mesmo papel: os que desenhavam a caça do mamute na parede. Não tinham jornalistas, escritores como os de hoje, mas possuíam contadores de histórias, gente com um dom ou uma paixão por observar as coisas e relatá-las de modo convincente e divertido. E a família ou a tribo sentava-se à volta do fogo e escutava com interesse, pavor, riso, ou mistura das três coisas, como o contador de histórias narrava a caça do mamute dessa manhã, quando e onde e como ocorrera, que perigo teve a acção, que emoções sentiram no instante em que entenderam que o animal era aquele que ia morrer, e não eles.

Em lugar da caça do mamute, hoje temos futebol, política, guerras, crises económicas, arte, vidas de famosos. Até que os circuitos internos do sistema cerebral humano mudem de maneira radical, existirá um mercado para os que o contam. Nisso todos estão de acordo. Desde Fernández Hermana e Shirky até Bennett e Cebrián.

Bennett confessou, após 45 minutos de conversa, não ter absolutamente nada claro, a não ser a convicção de que o ser humano continuará a querer que lhe contem histórias e que lhas contem bem. Se não se descobrir um modelo de negócio viável para que um jornalismo como o de hoje, e como o dos tempos de Dickens, se possa sustentar na era da Internet (enquanto dure), O grande consolo do jornalista, ou daquele que aspira a sê-lo, é o de que aquilo que faz não é uma moda fugaz. Existe e sempre esteve

O grande consolo do jornalista, ou daquele que aspira a sê-lo, é o de que aquilo que faz não é uma moda fugaz. Existe e sempre esteve numa ininterrupta demanda desde muito antes do aparecimento da Internet; muito antes da primeira impressora; muito antes, até, da invenção da roda.

numa ininterrupta demanda desde muito antes do aparecimento da Internet; muito antes da primeira impressora; muito antes, até, da invenção da roda. Não se trata de qualquer casualidade o facto de, como comentou Philip Bennett, que as seis histórias do The Washington Post que ganharam prémios Pulitzer no ano passado tenham estado entre as mais vistas na história da edição web do diário. Abordavam Dick Cheney e o Iraque, mas também um violinista que ganhava a vida num metro da capital norte-americana.

Existe uma diferença entre escrever e teclar. No Senado dos Estados Unidos perguntava, precisamente esta semana, John Kerry, o candidato presidencial do Partido Democrata em 2004: serão os cidadãos jornalistas, os bloguistas e outros capazes de produzir jornalismo de alta qualidade? A resposta, segundo Kerry, é a de evidentemente que não. Os que possuem maior conhecimento profissional, os que escrevem com mais subtileza ou elegância, os que possuem maior conhecimento, os que dedicam mais entusiasmo ao seu trabalho, os rigorosos, os que arriscam mais, os que saem à rua para se informarem: esses, como em qualquer outro ramo da vida, serão os que triunfarão.

Os jornais que, não importa em que formato, correspondam de modo mais efectivo ao imperativo de instruir e divertir também triunfarão. The Economist de Londres continuará vivo daqui a 50 anos porque, independentemente do consenso que suscite a sua linha editorial, possui a fórmula. The Seattle Post Intelligencer e as demais vítimas norte-americanas caíram, em grande parte, devido ao efeito da Internet, mas também porque são uma versão menor de um estilo de jornalismo americano que sem deixar de ser de óptima qualidade e elevada fiabilidade, como o The New York Times, não deixam de ser um tratado legal ou um documento académico para uma leitura amena do público em geral. A diferença do The Economist ou do The Guardian de Londres, jornais que entendem a necessidade de deleitar além de instruir, que são sérios, mas dão prazer a ler. The Guardian arrasa na Internet nos Estados Unidos, onde se encontra metade do seu público digital de 29 milhões de pares de olhos. E isto não se deve ao facto de terem contratado os cracks do Yahoo, mas sim por terem nas suas fileiras grandes contadores de histórias, jornalistas que saem e veêm e ouvem e cheiram e reflectem e avaliam e confirmam factos e continuam conscientemente a tradição popular e, apesar de tudo, o inteligente Charles Dickens. No final, o que perdura, como os grandes romances do século XIX, é a qualidade.

E quem sabe, até, se o papel está condenado a desaparecer. Como dizia há alguns anos o director do The Independent de Londres, quando a Internet estava no seu início: "E se apenas existissem jornais digitais e alguém aparecesse e dissesse, ouve lá, que tal imprimirmos as notícias em papel reciclado, grato ao tacto e à vista? Seria uma bomba".

E quanto à pergunta milionária, o dinheiro e como ganhá-lo com o jornalismo, dado que a Internet usurpou a publicidade, Earl J. Wilkinson citou o director de um jornal que lhe disse que, por maior pressão e ansiedade que haja no negócio hoje em dia, nunca tinha visto tanta febre de criatividade. Assim reage a espécie em tempos de crise. JJ

**Publicado em* El País *em 10/05/2009*

A Informação Televisiva

Aos jornalistas compete avaliar a realidade que se lhes apresenta, em função das suas metodologias de trabalho e sua rotinização profissional

Nuno Goulart Brandão*

A problemática de estudo alusiva à televisão em geral e à informação televisiva em particular, está bem expressa nas palavras de Felisbela Lopes (2007: 19-37), quando refere que a televisão «poderá não ser o meio que restitui a imagem mais transparente e menos fragmentária do real, mas será aquele que, (des)contextualizando-nos de um aqui e agora, nos coloca diante múltiplos estilos de vida», bem como será aquele que tem «mais poder estruturante, assumindo-se como uma espécie de arena colectiva onde se partilha um mundo comum ou aquilo que, a partir dessa visibilidade mediática, passa a integrar o espaço público contemporâneo». Espaço este que hoje, sobretudo, assenta na «privacidade» como seu objecto de «maior publicitação», e que, através da «mediação» televisiva procede a uma «construção social da realidade» que alarga, efectivamente, «o nosso conhecimento da vida do mundo ou do mundo da vida». A televisão, neste contexto, como ainda refere, funciona como um meio de «abertura da sociedade a ela própria», o que implica que é uma verdadeira «instância simbólica» que nos apresenta um específico «desenho da realidade» (Lopes, 2008: 113).

No caso específico da televisão de serviço público, como refere Nilza Sena (2007) deve ser a que «responde de forma mais efectiva às necessidades mais prementes de uma sociedade heterogénea, preservando a sua autonomia e independência relativamente aos critérios comerciais». E, por isso, deve também responder com uma «programação criativa e de qualidade», assegurando uma «informação competitiva mas sóbria, equilibrada, plural e autónoma». Mais precisamente, através de uma programação geral mais atractiva e que «evite o populismo por mais compensador que este seja em termos publicitários e comerciais, já que contraria a sua própria lógica conceptual».

Neste sentido, aos jornalistas compete avaliar a realidade que se lhes apresenta, em função das suas metodologias de trabalho e sua rotinização profissional. Pois, é um facto, que como refere Carla Cruz (2008: 50), «a sua profissão não lhe dá o dom de transcrever fielmente os factos extraídos da realidade, mas tão só de os (re)construir, através da percepção que faz (entendida como um processo de desconstrução), da organização cognitiva subsequente e da sua expressão discursiva (com todas as limitações que se lhe pode apontar)». Logo, as notícias difundidas pelos media são o resultado de vários processos de «interacção social» entre «jornalistas», entre «jornalistas e a sociedade», e ainda, entre os «jornalistas e suas fontes de informação» (Cruz, 2008: 104). Neste propósito, como também sustenta Rogério Santos (1997: 158), o jornalista ao «descontextualizar e recontextualizar o acontecimento para o transformar em notícia» retrata-se, efectivamente, como o principal «agente activo» da «construção» e da «estruturação social» de determinada realidade em causa. No entanto, também é verdade que cada vez mais, as rotinas por que passam os jornalistas e as suas fontes, bem como os valores intrínsecos que compõem ou valorizam a sua estrutura empresarial, podem condicionar ou formar um crescente «sistema de controlo e reprodução das ideologias dominantes» (Schoemaker, 1996: 224). E que, se apresentam na maioria dos casos, através das suas categorias temáticas dominantes de notícias e hierarquização a que lhe está subjacente. Como sustenta Enric Saperas (1993: 49), os media em geral e a televisão em particular, «determinam as formas de orientação da atenção pública, a agenda de temas dominantes que reclamam essa atenção e sua posterior atenção pública, a hierarquização da relevância destes temas e a capacidade de descriminação temática que os indivíduos manifestam».

A televisão, deste modo, privilegia os acontecimentos extraordinários sobre os ordinários, os excepcionais sobre os quotidianos, os exclusivos sobre os comuns. E, quando existem acontecimentos excepcionais, procura-se o ângulo que mais se aproxime do lado excepcional e cheios de actualidade, de modo, a que a audiência o posso valorizar. De facto, hoje vivemos perante uma «supremacia da actualidade» onde se dá uma perspectiva da realidade «dominada pelo presente» e onde se privilegia o lado excepcional e a «novidade dos acontecimentos em detri-

os jornalistas não podem ser encarados como meros mediadores entre os acontecimentos e os seus receptores, porque eles conferem sentido aos próprios acontecimentos

mento da consciência e da memória históricas». Deste modo, o «critério da actualidade» e a «vertigem da comunicação mediática» dificultam, cada vez mais, a assimilação e sua compreensão dos conteúdos gerados pelos media, a não ser que o referido acontecimento se apresente na sua «máxima visibilidade». Logo, o que a «visibilidade» procura, mais do que «conhecimento» é, isso sim, o seu «reconhecimento» (Fecé, 2007: 129-130).

Uma das características do nosso actual «sistema mediático» é segundo Mar de Fontcuberta (2008: 189-196), o «aumento progressivo da interacção com as suas audiências, que possuem um papel activo e protagonista no desenvolvimento e no desempenho do próprio sistema». Por um lado, aos meios de comunicação social cabe-lhes o papel fundamental de actores na sociedade do conhecimento, na sua vertente socializadora, mas também pedagógica, pelo poder que tem de representatividade, visibilidade e importância para a construção e reconstrução da realidade social. Mais precisamente, os media em geral e a televisão em particular têm «um papel fundamental tanto no processo de aquisição e transmissão de informação como de saberes, ao ponto de serem referências essenciais no âmbito educativo no que diz respeito à obtenção de uma determinada conceitualização do mundo». Por outro lado, aos receptores, exigem cada vez mais, significados, para lá da informação que recebem. Deste modo, não se conformam com a «recepção passiva» de mensagens pois querem comparar, avaliar e tirar as suas próprias conclusões. Ou seja, querem exercer uma «crítica com conhecimento de causa», para poderem realizar o seu pleno «exercício de cidadania», com capacidade de também poderem desempenhar o seu papel como «co-produtores de significados» transmitidos, para lá do tradicional e mero papel de «consumidores».

Neste contexto, a grandeza do jornalismo, está assim, na explicação e contextualização dos acontecimentos que são transformados em notícias. E, por isso, os jornalistas não podem ser encarados como meros mediadores entre os acontecimentos e os seus receptores, porque eles conferem sentido aos próprios acontecimentos. O actual jornalismo, sobretudo o televisivo, através dos seus telejornais deve, no entanto, desvalorizar as tendências de valorização e promoção do impacte afectivo e da imagem choque; do bem de mercado e do espectáculo sobrepostos ao bem social; da encenação dos efeitos das notícias sobre a análise das suas causas; da encenação da informação que toma o lugar da contextualização das suas notícias; e das visões simplistas da realidade, nas quais a «forma» se sobrepõe aos seus «conteúdos», bem como a dimensão «ritualista» dos seus telejornais se sobrepõe ao seu «valor informativo».

Os telejornais são assim, efectivas colecções de «estórias» que são «seleccionadas e organizadas de modo a serem vistas integralmente por todo o espectador, sem reduzir o tamanho ou o interesse da audiência à medida que o programa prossegue». Deste modo, os telejornais atingem os «acontecimentos do dia como um todo», bem como constroem «períodos de tempo como tendo um único movimento, acção ou tom definidos» (Weaver, 1999: 297-298). Ou seja, os telejornais possuindo uma estratégia temporal tendem a aparecer como o ponto de encontro do «espaço do ecrã e do tempo real» (Vilches, 1995: 139).

A informação televisiva, neste contexto, deve desvalorizar os processos mercantilistas das suas notícias e suas opções temáticas dominantes, de modo a que se possa promover o progresso cívico. Logo, sendo as fronteiras actuais entre informação e espectáculo, muito ténues, então isto deve implicar que para o verdadeiro exercício da cidadania são necessárias serem assumidas posições que visem uma ideia correcta de racionalidade no actual jornalismo. Tudo isto vem reforçar, a importância da «cultura jornalística» e a relevância na estrutura e selecção dos «valores-notícia», bem como das rotinas e procedimentos que os profissionais levam a cabo para a realização do seu trabalho. Os media dizem-nos, cada vez mais, sobre o que devemos pensar e, por isso, hierarquizam temas e gerem uma actividade simbólica que perspectiva a «produção de

sentido» como um trabalho permanente, de modo a tornar mais perceptível a própria realidade social.

Podemos então, caracterizar a actividade jornalística como uma «realidade pública e socialmente relevante», através de um «processo de produção, circulação e reconhecimento» que nos leva, progressivamente, a uma «responsabilidade social dos media» na sociedade, devido à «dimensão da sua representatividade» e importância na «formação de uma opinião pública esclarecida». Deste modo os media dizem-nos «sobre o que devemos pensar» pois hierarquizam temas que perspectivam uma determinada «produção de sentido». Daí, a importância de uma informação de qualidade que tente deslocar o «eixo da notícia para a questão da promoção e do desenvolvimento de valores positivos para questões de cidadania» baseando-se, sobretudo, na premissa de uma democracia cada vez mais viva e participada (Brandão, 2006: 200-210).

Quanto à qualidade em televisão, Marcela Farré considera-a, sobretudo, «uma opção ética sobre o tipo de relação que se deseja estabelecer com o espectador e a finalidade desse vínculo». Logo, face à informação de qualidade, implica que exista diversidade de contextos, de temáticas e de territórios, tendo em conta que a televisão é uma das principais fontes de informação, pelo seu poder de visibilidade e alcance temático de abordagens e sobre as quais se vai centrar a atenção dos cidadãos. Os seus telejornais estão assim, numa «posição privilegiada para (poder) reactivar o diálogo no espaço público e contribuir desse modo para a melhoria da qualidade democrática» (Farré, 2008: 344-348).

Por isso, falar de «pedagogia dos media», como refere Vítor Raia-Baptista (2008: 206), deve assentar num seu «conjunto de fenómenos intrínsecos», sob os mais variados «contextos de intervenção» onde estão representados os «públicos receptores desses meios», bem como os seus «agentes emissores» sem que, para isso, tenha existido qualquer diligência nesse sentido.

Hoje os media, cada vez mais, por um lado, recolhem o «pulso da sociedade civil», interpretando e dando sentido como «porta-voz e resumo da opinião pública». Por outro, «decidem sobre o que é que devem pensar os seus eleitores e audiências muito mais do que sobre como devem pensar, o que vai estabelecer preocupações» (Timóteo Alvarez, 2006: 188-198). Por isso, o papel dos media na sociedade, sobretudo, face ao seu poder de visibilidade, representatividade e responsabilidade social é decisivo num ainda futuro incerto, cheio de incertezas, como é o caso do nosso século XXI. Este deve, sobretudo, «levar-nos ao encontro do nosso tempo, de modo a ser possível reencontrarmos o tempo de pertença, de solidariedade e de coabitação cultural e social». Promovendo ainda, no campo dos media, um crescente caminho de «valorização da unidade pela diversidade», com elevado sentido de responsabilidade social, cidadania e identificação com a humanidade (Brandão, 2008: 119-120). JJ

*Doutorado pelo ISCTE em Sociologia da Comunicação, da Cultura e da Educação

Professor Universitário no INP - Instituto Superior de Novas Profissões. Este texto é uma síntese da apresentação realizada na Universidade Lusófona no VI Congresso Sopcom, Abril de 2009.

Bibliografia

Brandão, Nuno Goulart (2006), *Prime Time – do que falam as notícias dos telejornais*, Casa das Letras, Lisboa;

Brandão, Nuno Goulart (2008), *Século XXI – Novas Solidariedades e Incertezas*, Edições Universitárias Lusófonas, Lisboa;

Cruz, Carla (2008), *A Telerealidade – uma abordagem Hermenêutica da Construção Social da Realidade pela Informação Televisiva de Actualidade*, Universidade Técnica de Lisboa, Edição do ISCSP – Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa;

Farré, Marcela (2008), *Como avaliar a qualidade da informação televisiva? Parâmetros, experiências e resultados*, in Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão, Gabriela Borges e Vítor Reia-Baptista (Orgs.), Livros Horizonte, Lisboa;

Fecé, José Luís (2007), *Leitura crítica dos media audiovisuais*, in Comunicação e Educação na Sociedade da Informação, José Manuel Pérez Tornero (coord.), Porto Editora, Porto;

Fontcuberta, Mar de (2008), *Uma Televisão de Qualidade exige um Receptor de Qualidade*, in Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão, Gabriela Borges e Vítor Reia-Baptista (Orgs.), Livros Horizonte, Lisboa;

Lopes, Felisbela (2007), *A TV das Elites*, Campo das Letras Editores, Lisboa;

Lopes, Felisbela (2008), *A TV do Real – a televisão e o espaço público*, Colecção Comunicação, Minerva Coimbra;

Raia-Baptista, Vítor (2008), *Para uma Literacia dos Media: exemplos de contextualização lusófona e outros*, in Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão, Gabriela Borges e Vítor Reia-Baptista (Orgs.), Livros Horizonte, Lisboa;

Santos, Rogério (1997), *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*, 1 ª Edição, Minerva Coimbra;

Saperas, Enric (1993), *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas*, Edições Asa, Porto;

Schoemaker, P. J. (1996), *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Contend*, 2 ª Edition, White Plains, Longman;

Sena, Nilza Mouzinho de (2007), *Programação de serviço público: o caso português*, in Comunicação e Cidadania – Actas do 5 º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 6 a 8 de Setembro, Braga;

Timóteo Alvarez, Jesus (2006), *Gestão do Poder Diluído*, Edições Colibri, Instituto Politécnico de Lisboa;

Vilches, Lorenzo (1995), *Manipulación de la información televisiva*, Paidós, Barcelona;

Weaver, Paul (1999), *As Notícias de Jornal e as Notícias de Televisão*, in Nelson Traquina (org.), Jornalismo: Questões, Teorias e «Estórias», Vega, Lisboa;

Olhando as estrelas nas páginas dos jornais

O caso d'A Capital

Tendo em conta que este ano se comemora o Ano Internacional da Astronomia e que esta ciência tem sido uma constante nas páginas dos nossos jornais diários, apresenta-se aqui uma retrospectiva do que foi a cobertura de assuntos de astronomia, nas páginas do já desaparecido jornal A Capital, entre 1976 e 1999. Do que se falava? Como se escrevia? Que destaque era dado? O que mudou?

Texto: **Rui Brito Fonseca 1**

A CIÊNCIA E A SOCIEDADE

Os nossos dias são, desde há muito tempo, povoados de objectos que resultaram da investigação científica e tecnológica. Por todo o lado, desde a torradeira que nos aquece o pão pela manhã, passando pelo elevador do nosso prédio, até ao automóvel onde nos deslocamos para o emprego, a ciência envolve o nosso quotidiano. O nosso futuro está já condicionado pelos seus impactos, nas nossas vidas e no planeta, em áreas tão díspares como: o ambiente, a comunicação, as biotecnologias ou a astronomia.

A ciência de hoje é o produto de séculos de desenvolvimento humano e de progresso do conhecimento. As fronteiras do conhecimento estão, constantemente, em mutação. O que hoje é um facto científico, depressa é colocado em causa pela descoberta de novos dados científicos. A astronomia, de hoje não é a astronomia de Galileu ou de Kepler. Há novos desenvolvimentos em curso, por todo o mundo: novas nébulas, novos asteróides, novas estrelas, novos planetas, novas galáxias...

A ciência e a tecnologia constituíram-se, ao longo do tempo, num dos principais motores de desenvolvimento económico e social, em particular, no denominado mundo ocidental. Contudo, se por um lado, o desenvolvimento científico esteve na base do sistema liberal- democrático, por outro lado, os seus pressupostos entraram em declínio nos países detentores desse sistema. Os cidadãos parecem agora desconfiar dos processos que envolvem o trabalho dos cientistas, tendo deixado de olhar a ciência como uma esfera de actividade ideal, dominada pela razão, pela neutralidade, pela universalidade e pela autonomia. A actividade científica é agora encarada como algo sujeito a constrangimentos, influências externas e complexos processos de negociação, implicando crescentes riscos para a sociedade (Beck, 1992; MacLeod, 1996; Yearley, Forrester and Bailey, 2000).

A complexidade das representações da ciência e da tecnologia, nas sociedades contemporâneas, tem estimulado muitas reflexões sobre os processos que envolvem a pro-

Os cientistas, os políticos, os jornalistas e outros cidadãos, têm-se preocupado crescentemente com as representações e crenças dos cidadãos, em relação à ciência, promovendo várias actividades de promoção da ciência e dando visibilidade a assuntos de ciência e tecnologia na imprensa.

De 1971 artigos sobre assuntos de ciência e tecnologia, em geral, 254 versavam sobre astronomia e ciências espaciais (cerca de 13%). A sua distribuição, ao longo do tempo, permitiu observar algumas tendências.

dução do conhecimento científico e tecnológico, tendo conduzido ao desenvolvimento de estudos sobre a ciência e a sociedade, em particular, desde a década de 1980 (Royal Society of London, 1985).

Posto isto, os cientistas, os políticos, os jornalistas e outros cidadãos, têm-se preocupado crescentemente com as representações e crenças dos cidadãos, em relação à ciência, promovendo várias actividades de promoção da ciência e dando visibilidade a assuntos de ciência e tecnologia na imprensa.

A astronomia é um bom exemplo disso, pois tem sido, desde tempos imemoriais, alvo da curiosidade e do medo dos cidadãos. Desde medos ancestrais sobre o fim do mundo, ao receio de uma invasão de óvnis, à confusão entre astronomia e astrologia até à quimera da colonização de outros planetas, a astronomia tem sido alvo de interesse e de acaloradas discussões na sociedade. Assim, tendo em conta que este ano se comemora o Ano Internacional da Astronomia e que esta ciência tem sido uma constante nas páginas dos nossos jornais diários, apresenta-se nestas páginas uma retrospectiva do que foi a cobertura de assuntos de astronomia, nas páginas do já desaparecido jornal "A Capital", entre 1976 e 1999. Do que se falava? Como se escrevia? Que destaque era dado? O que mudou?

POLÍTICAS PÚBLICAS DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA: O LUGAR DA ASTRONOMIA

Para melhor compreender a presença da astronomia na imprensa, em particular, no jornal " A Capital" é importante perceber o lugar da astronomia nas políticas públicas de ciência e tecnologia.

O último quartel do século XX português, foi bastante atribulado e recheado de mudanças. De um país saído de uma longa ditadura até ao país da União Europeia do final do século XX, o caminho percorrido foi gigantesco.

A Aprendizagem da democracia: 1976-1985

Grande parte do século XX português foi marcado pela ausência de investimento em ciência e tecnologia. Os anos da ditadura promoveram uma cultura pobre e fechada, que condenou o país a décadas de atraso social, económico e científico.

Após o 25 de Abril de 1974 e a subsequente democratização (instituída constitucionalmente em 1976), Portugal era ainda um país muito atrasado, quando comparado com a generalidade dos países europeus.

Apesar do novo caminho que começava a ser construído, a primeira década da democracia foi marcada pela instabilidade governativa, visível na ocorrência de 9 governos constitucionais, em tão curto espaço de tempo. Este foi um período marcado pela reorganização do sistema científico nacional e pela redefinição de políticas públicas de ciência e tecnologia. A promoção de estudos pós-graduados, da investigação, a par da qualificação dos recursos humanos e de uma crescente integração nas relações científicas internacionais, eram imperativos nacionais. O predomínio da investigação fundamental e aplicada sobre o desenvolvimento experimental, assim como, a concentração das despesas de investigação num número restrito de domínios, afastados da economia real, tornaram difícil a desejada ligação entre a investigação e o sector produtivo.

A deficiente coordenação e planeamento dos poucos recursos disponíveis, eram também entraves a uma política científica eficiente, num país dependente tecnologicamente, com um sector económico frágil e fechado à inovação e ao investimento em investigação e desenvolvimento.

No que concerne à astronomia, só em 1984, tardiamente no contexto europeu, começou a ser leccionada a primeira licenciatura em astronomia, nas universidades portuguesas.

União Europeia e estabilidade: 1986-1995

Com o X Governo Constitucional, iniciou-se o período que ficou conhecido na gíria política como "Cavaquismo" e que correspondeu à primeira década de integração de Portugal na União Europeia. Foi um período marcado pela reforma dos mecanismos de financiamento da ciência e da tecnologia, no sentido de permitir uma melhor cooperação com as instituições científicas da União Europeia e dos países de língua portuguesa.

O governo assumiu o compromisso com o crescimento da despesa nacional em investigação, em particular, a despesa privada. Também foi estabelecido o objectivo de aumentar, significativamente, o número de efectivos da comunidade científica, através da formação de investigadores e da promoção de acrescidos incentivos às empresas e aos empresários, para investimento em ciência e tecno-

Os assuntos sobre astronomia e ciências espaciais surgem publicados, maioritariamente, em duas secções: "Ciência sem fronteiras" e "A Capital dia a dia" (uma página de fait-divers). Cerca de 18% surgem, indiscriminadamente, ao longo de todo o jornal, sem se encontrarem numa secção específica.

logia, no sentido da promoção de emprego qualificado.

Pela primeira vez, a ciência e a tecnologia apareceram expressas como prioridade política, assumindo um maior peso institucional e uma relação de maior proximidade com a comunidade científica.

A integração de Portugal na União Europeia, trouxe novas expectativas ao país, tendo-se também reflectido na mudança de atitude do governo e do parlamento, perante a ciência e a tecnologia. Em 1990, Portugal tornou-se membro do ESO – Observatório Europeu do Sul. Com essa adesão, deram-se os primeiros passos no sentido da instituição de uma política científica nacional, preocupada com a astronomia e as ciências espaciais.

A ciência como desígnio nacional: 1996-1999

Em 1995, o poder mudou de mãos. O novo corpo governativo introduziu uma postura mais aberta e dialogante, no modo de fazer política. Com este elenco governativo, o estatuto da ciência e da tecnologia foi formalmente elevado, com a criação do Ministério da Ciência e da Tecnologia.

A promoção de uma investigação científica de qualidade e crescentemente internacionalizada, a criação de um sistema de avaliação internacional independente, o incentivo à formação científica e a sua difusão na economia e na sociedade, foram objectivos centrais destas políticas públicas. O reforço do orçamento para a ciência e a tecnologia, a par do incentivo ao crescimento da despesa privada, permitiu o aumento do número de investigadores, criando as condições para a uma política científica e tecnológica sustentável e de maior qualidade e excelência.

No que respeita à astronomia e às ciências espaciais, foi apenas em 1996 que se iniciaram as primeiras iniciativas ministeriais de promoção da astronomia, como foi o caso da "Astronomia no Verão".

A ASTRONOMIA N'"A CAPITAL": ALGUNS RESULTADOS

Os resultados que se apresentam, foram obtidos através da recolha de uma amostra de edições do jornal "A Capital", publicadas entre 1976 e 1999, isto é, entre a aprovação da Constituição da República Portuguesa e o final do século XX (Fonseca, 2009).

O jornal "A Capital" foi, durante este período, um dos que teve maior circulação média por edição, a nível nacional. Sendo um jornal de cariz "popular" (Correia, 2006), amplamente lido pela população, especialmente aquela com menores habilitações académicas e que procura uma informação mais "leve" e sensacionalista, pareceu ser um objecto de estudo interessante para compreender que imagens da ciência, particularmente, da astronomia chegam à população, em geral.

Assim, de 1971 artigos sobre assuntos de ciência e tecnologia, em geral, 254 versavam sobre astronomia e ciências espaciais (cerca de 13%). A sua distribuição, ao longo do tempo, permitiu observar algumas tendências.

No sentido de melhor compreender essas tendências, o lapso temporal foi divido em três períodos distintos, permitindo uma leitura consonante com os momentos políticos vividos no país.

Durante a primeira década (1976-1985), os artigos sobre astronomia e ciências espaciais, ainda que apresentassem uma tendência crescente, eram muito poucos. Nesta década, os jornais estavam mais ocupados com temáticas de cariz, social, político e económico. Portugal encontrava-se a viver num turbilhão político e, como tal, os assuntos de cariz científico e tecnológico eram secundarizados. Com a excepção da coluna diária sobre o cometa *Halley*, escrita pelo astrónomo Máximo Ferreira, todos os assuntos se debruçavam sobre assuntos internacionais, tais como: a contenda Soviética e Estado-unidense em torno da *pole position* no conhecimento em astronomia e ciências espaciais, as pesquisas em Vénus e Júpiter e as especulações sobre a vida em Marte. Como já foi referido, foi apenas no final desta década, em 1984, que se iniciou a primeira licenciatura em Astronomia, em Portugal.

A segunda década (1986-1995) foi caracterizada por alguma instabilidade, tendo registado dois picos de cobertura de assuntos sobre astronomia e ciências espaciais: um em 1986 e outro em 1990. O pico de cobertura de 1986 explica-se pela coluna diária sobre o cometa *Halley* e pela contenda pela conquista do espaço, inflamada pela Guerra Fria. No caso de 1990, este pico ocorreu devido ao final próximo da contenda espacial entre os EUA e a URSS e à emergência de novos países na "corrida" pela conquista do espaço (o caso da União Europeia e do Japão). A adesão de Portugal ao ESO, no ano de 1990, também pode ter despertado a atenção dos jornalistas para os assuntos relacionados com a astronomia e as ciências espaciais.

A maior parte dos artigos possuem um discurso, predominantemente, de benefício. Os temas de astronomia e ciências espaciais eram, geralmente, apresentados de modo celebrativo, destacando os feitos dos cientistas e o seu contributo para o progresso da Humanidade.

Após 1990, verificou-se uma tendência descendente. Ainda que restem algumas incertezas sobre o que motivou esta tendência, considero que o desaparecimento do bloco comunista e a consequente perda de relevância da competição científica entre os EUA e a URSS, levaram a que outro tipo de temáticas ganhasse maior importância editorial.

O último período (1996-1999) continuou esta tendência decrescente, terminando com uma ligeira subida. Este declínio no número anual de artigos pode estar relacionado com a emergência de novos desenvolvimentos científicos e tecnológicos, nomeadamente, relacionados com a saúde e o bem-estar. É de salientar que foi apenas em 1996 que se iniciaram as primeiras iniciativas Ministeriais, com o objectivo de popularizar a astronomia e as ciências espaciais. Neste âmbito, foram paradigmáticas as iniciativas de popularização "Astronomia no Verão" e "Planetário do Porto".

Em certa medida, é possível afirmar que se o segundo período ficou marcado por desenvolvimentos legais e burocráticos, o terceiro período deixou antever os frutos da popularização da ciência e do investimento nesta área do conhecimento. Julgo que a partir de 2000, será verificável uma tendência ascendente, no que concerne à astronomia e às ciências espaciais.

Figura 1

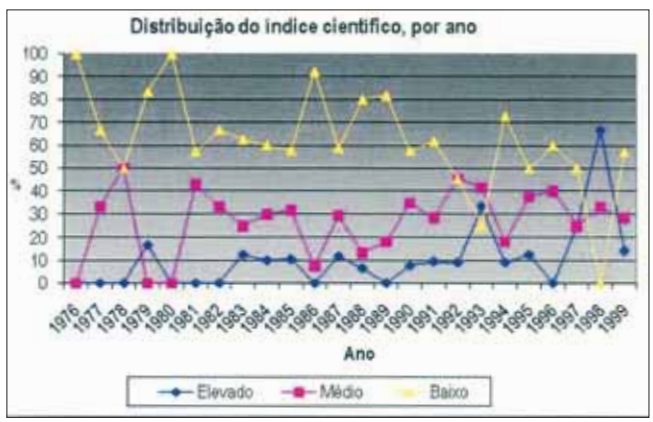
A secção onde surge o artigo é, relativamente, importante pois permite aferir a especialização do jornal em determinadas temáticas. Da mesma forma que a nossa vida quotidiana está gradualmente mais especializada com "gavetas" para cada dimensão, os jornais seguem a mesma tendência. Assim, o leitor escolhe o que pretende ler, seleccionando as secções que pretende ler e excluindo as que não lhe interessa.

Os assuntos sobre astronomia e ciências espaciais surgem publicados, maioritariamente, em duas secções: "Ciência sem fronteiras" e "A Capital dia a dia" (uma página de *fait-divers*). Cerca de 18% surgem, indiscriminadamente, ao longo de todo o jornal, sem se encontrarem numa secção específica. A secção "Viagens no tempo" e "Diário do Cometa *Halley*", da autoria do astrónomo Máximo Ferreira, também assumiram um importante destaque.

Durante a primeira década, verificou-se que o panorama foi dominado por artigos sem secção específica e pela secção de *fait-divers* "A Capital dia-a-dia". Esta secção de *fait-divers* era constituída por artigos de pequeno formato pouco aprofundados sobre ciência e tecnologia (incluindo astronomia e ciências espaciais), lado a lado, com cartoons, culinária, catástrofes naturais, pessoas bizarras, moda ou o tempo.

Na segunda década, essas secções tornaram-se residuais, a secção de astronomia "Viagens no tempo" e a página de ciência "Ciência sem fronteiras", ganharam superior importância. Na página de ciência "Ciência sem fronteiras" os artigos eram mais longos e aprofundados. A astronomia e as ciências espaciais deixaram de ser apresentadas como assuntos de entretenimento e curiosidade. O último período foi marcado pelo declínio da secção de ciência "Ciência sem fronteiras" e pela diversificação de secções do jornal. A secção de saúde e bem-estar "Viver" começou a ganhar alguma relevância.

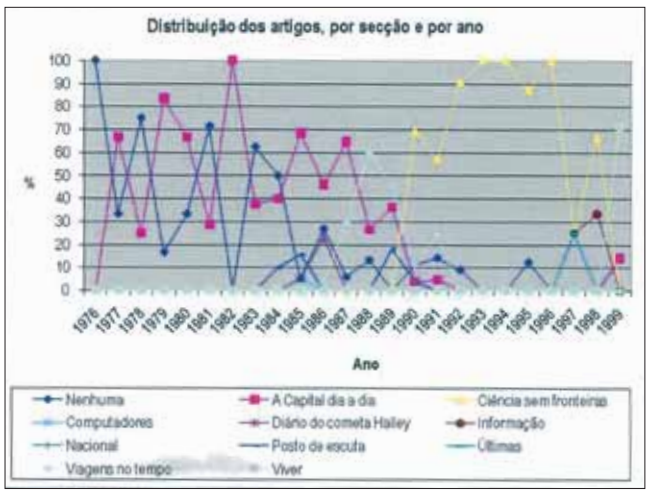
Figura 2



No sentido de compreender quão científico é o conteúdo dos artigos sobre astronomia e ciências espaciais, foi construído um índice científico. Para tal, seleccionou-se um conjunto de elementos expectáveis na escrita científica: citações de cientistas, menção da teoria, menção da metodologia, uso de linguagem técnica / jargão, menção de referências bibliográficas, apresentação de dados e resultados das pesquisas e menção de nomes de cientistas.

Os resultados obtidos são bastantes claros e indicadores de tendências bem vincadas. Verificou-se uma tendência decrescente dos anúncios com um baixo índice científico e um crescimento entre aqueles com um índice científico médio e elevado. Todavia é relevante assinalar que, em geral, os artigos sobre astronomia e ciências espaciais, apresentavam um índice científico baixo, o que indica uma secundarização da importância destes elementos na escrita dos artigos, por parte dos jornalistas.

Figura 3



No que respeita o local onde ocorreram os eventos científicos noticiados, verificou-se um claro domínio daqueles ocorridos na Europa e na América do Norte. Até 1991, a Europa inclui a União Soviética, podendo enviesar os resultados ligeiramente. Após essa data, inclui todos os países do continente europeu. De salientar ainda que a América do Norte inclui os Estados Unidos da América e o Canadá.

Na segunda década é visível o desmembramento da União Soviética e a crescente importância dos observatórios sul-americanos. A Ásia, nomeadamente a China, a Índia e o Japão assumem, também, um peso crescentemente relevante. Entre 1996 e 1999, a América do Norte parece consolidar a sua posição dominante, no que concerne à localização dos eventos científicos sobre astronomia e ciências espaciais.

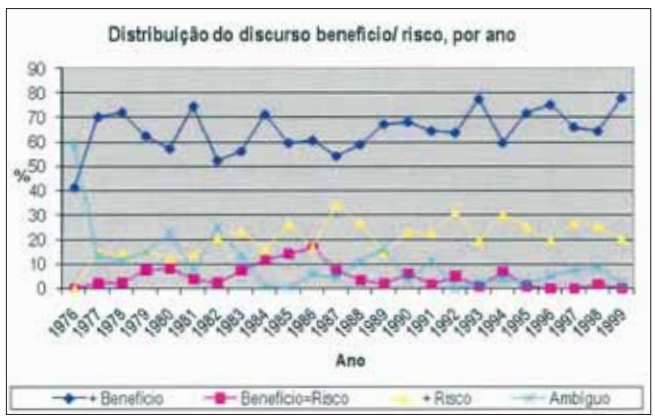
Figura 4

Relativamente ao facto do discurso, presente nos artigos sobre astronomia e ciências espaciais, dar mais ênfase aos riscos ou aos benefícios, permite aferir tendências e lançar a discussão em torno da sociedade do risco (Beck, 1992).

Os resultados obtidos parecem indicar, de modo inequívoco, um crescimento do discurso predominantemente de risco, nos artigos sobre esta temática. Contudo, a maior parte dos artigos possuem um discurso, predominantemente, de benefício. Os temas de astronomia e ciências espaciais eram, geralmente, apresentados de modo celebrativo, destacando os feitos dos cientistas e o seu contributo para o progresso da Humanidade.

O discurso ambíguo, assim como, o discurso equilibrado diminuíram, ou seja, com o decorrer dos anos observou-se uma crescente clivagem entre o benefício e o risco. Cada vez mais, os jornalistas dão ênfase aos benefícios ou aos riscos implicados nos acontecimentos sobre astronomia e ciências espaciais, deixando pouca margem para a ambiguidade e o equilíbrio.

Figura 5



Pode o Ano Internacional da Astronomia 2009 ajudar a impulsionar uma maior presença da astronomia e das ciências espaciais, na imprensa portuguesa? Veremos…

De um modo geral, os assuntos de ciência e tecnologia, em particular, os de astronomia e ciências espaciais, foram alvo de algum destaque na imprensa. Com o objectivo de aferir o grau de destaque que é dado aos artigos, no contexto do jornal, construiu-se um Budd Score (Budd, 1964), com base em algumas características formais: destaque na primeira página, localização numa página proeminente, localização na metade superior da página, ser ilustrado e possuir um título cuja dimensão é superior à dimensão média dos títulos desse ano.

Assim, de modo genérico, os artigos sobre assuntos relacionados com a astronomia e as ciências espaciais, tinham um *newsplay* baixo e muito baixo. Este grau de *newsplay* reflecte a baixa expressão destas temáticas, no conjunto dos artigos sobre ciência e tecnologia.

Apesar desta tendência geral de muito baixo *newsplay* se acentuar na segunda década, é relevante observar o peso razoável (acima de 20%) dos artigos com um *newsplay* médio. Apenas, episodicamente, se verificou a existência de artigos com um *newsplay* elevado.

A partir de 1996, parece estar a assistir-se a uma mudança nestas tendências, pois o *newsplay* muito baixo diminui significativamente e o *newsplay* médio aumenta

Os dados disponíveis não permitem prever o que aconteceu depois de 1999, contudo a continuação deste trabalho revelará o seu desenvolvimento. Pode o Ano Internacional da Astronomia 2009 ajudar a impulsionar uma maior presença da astronomia e das ciências espaciais, na imprensa portuguesa? Veremos… JJ

Figura 6

Referências:

Beck, Ulrich (1992), *Risk society: Towards a new modernity*, London, Sage.

Budd, R. (1964), "Attention score: a device for measuring news 'play'", *Journalism Quarterly*, 41, pp. 259-262.

Correia, Fernando (2006), *Jornalistas, grupos económicos e democracia*, Lisboa, Caminho.

Fonseca, Rui Brito (2009), «A ciência e a tecnologia no jornal "A Capital": da página de *fait-divers* à página de ciência», CIES *e-Working Paper* nº 59/2009, Lisboa, CIES-ISCTE.

Macleod, Roy (1996), "A Ciência e a democracia: reflexões históricas sobre descontentamentos actuais", in Maria Eduarda Gonçalves (org.), *Ciência e Democracia*, Venda Nova, Bertrand & FEPASC, pp. 31-61.

Royal Society of London, (1985), *The Public Understanding of Science*, London, The Royal Society.

Yearley, Steven, John Forrester, Peter Bailey, (2000), "Participação e perícia científica", in Maria Eduarda Gonçalves (org.), *Cultura Científica e Participação Pública*, Oeiras, Celta Editora, pp. 183-200.

[1] Licenciado em Ciência Política, com especialização em Relações Internacionais pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ULHT). Mestre em Ciências do Trabalho, pelo Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), onde frequenta o programa de doutoramento em Sociologia. Desde 2000 que é investigador no CIES-ISCTE, onde tem vindo a desenvolver trabalho nas áreas das relações laborais, dos média e da compreensão pública da ciência. E-mail: ruibritofonseca@yahoo.com

Entrevista de Daniel Hallin à JJ

«O partidarismo dos media está a aumentar»

Analisar os sistemas de media por aquilo que são, numa perspectiva histórica e no presente, e não na perspectiva de como deveriam funcionar, é um pressuposto básico e distintivo do estudo comparativo empreendido por Daniel Hallin e Paolo Mancini. "A experiência ensinou-nos que é muito duvidoso dizer que um sistema é melhor do que o outro", afirma Daniel Hallin, professor da Universidade de San Diego, na Califórnia, que esteve recentemente em Lisboa para realizar um conjunto de conferências na Universidade Lusófona. Em entrevista à JJ, Hallin aborda com detalhe as principais mudanças do modelo liberal nos EUA nas últimas décadas. O quadro que traça não é muito confortável: o jornalismo tem cada vez mais dificuldade em equilibrar o comercialismo, os jornalistas não são autoridades tão confiantes e desafiadoras como foram outrora e perderam o monopólio do controlo dos canais políticos de comunicação. Em tempos de alterações estruturais do mercado e de agudização das identidades políticas, o professor explica ainda o fenómeno peculiar da emergência do partidarismo dos media como estratégia comercial.

Por **Carla Baptista** e **Carla Martins**

O quadro teórico do vosso livro está centrado na relação entre os sistemas políticos e os sistemas mediáticos. A política é a explicação determinante para compreender como funcionam os media?

Quando falamos de sistemas mediáticos no livro, na realidade não estamos a falar da totalidade dos media. Dizemos muito pouco sobre o cinema ou sobre os programas televisivos de entretenimento. Falamos da televisão apenas no quadro da sua regulação pelo Estado. Mas o livro está centrado nos media informativos e, para estes, claro que o mercado é importante mas a relação principal é com o sistema político. São os factos da vida política que constituem a maior parte dos conteúdos das notícias.

Outras análises tendem a privilegiar mais o contexto social e cultural.

Mas não os vemos como entidades separadas. Tentamos integrar os valores sociais e culturais no quadro do sistema político.

Também manifestam o desejo de não serem normativos na avaliação dos diferentes sistemas mediáticos. É possível evitar o normativismo?

A operacionalização de cada um dos sistemas mediáticos levanta muitas questões normativas. No campo da comunicação, a análise comparativa tem uma tradição normativa. Existem certos ideais de como os media deviam ser e tendemos a comparar as situações concretas com esses ideais, que na verdade nunca existiram. A nossa análise elimina o normativismo porque analisa os impactos ou as consequências de cada um destes arranjos estruturais que moldam os sistemas mediáticos e originam as convenções jornalísticas. Pensamos que o mais importante é começar por analisar a forma como os media realmente funcionam, numa perspectiva histórica e no presente. Depois, talvez seja possível avançar para as questões normativas. A experiência ensinou-nos que é muito duvidoso dizer que um sistema é melhor do que o outro.

O conceito de autonomia dos jornalistas tem entendimentos diversos, em função de cada sistema mediático?

Sim. Quando os Americanos falam de liberdade de imprensa, referem-se à autonomia externa das empresas jornalísticas, em particular em relação ao Estado. Mas detectámos que os alemães, por exemplo, têm uma concepção de liberdade interna dos jornalistas, em particular em relação aos patrões e/ou ao conselho de administração das empresas. Os jornalistas americanos nunca falam de autonomia interna, embora na verdade seja um valor muito presente na sua cultura profissional, até se lhe referem como a "separação entre a Igreja e o Estado". Esta expressão jocosa designa a desejável independência entre o lado jornalístico e o lado comercial das empresas. Algumas sedes de jornais emblemáticos têm esta separação consagrada no próprio edifício, com entradas e pisos diferenciados para os jornalistas e para o pessoal da publicidade. Faz parte da cultura de cada um não entrar, mesmo fisicamente, no território do outro. Nos Estados Unidos, ninguém imaginaria invocar a Primeira Emenda para garantir a liberdade ou autonomia internas dos jornalistas. Mas na Europa do Norte e na Escandinávia, alguns princípios constitucionais garantem explicitamente esta dimensão.

A autonomia interna pode ser vista também como autonomia do jornalista em relação ao editor?

Não. O editor é alguém percebido como sendo um jornalista. Os editores tiveram um papel central na história da profissionalização do jornalismo Americano. E na Europa do Norte também. No caso dos Estados Unidos, foi a American Society of Newspapers Editors que elaborou os códigos éticos. A tal separação entre a "Igreja e o Estado", ou seja, entre os jornalistas e os comerciais, está prevista nos códigos éticos. Os editores são por isso os grandes conquistadores da autonomia jornalística. Muitos dos preceitos e orientações legais que protegem a autonomia interna, na verdade o que prescrevem é a salvaguarda da autoridade do editor relativamente ao dono do jornal.

Acredita que o modelo liberal dos media sofreu importantes mudanças nos últimos anos. Que mudanças são essas?

As mudanças mais importantes do modelo liberal devem-se à crescente comercialização e ao declínio na profissionalização jornalística. Isto pode parecer surpreendente porque se assume que os media norte-americanos sempre foram muito comerciais. O que é verdade. Mas o profissionalismo era uma das forças que equilibrava o comer-

"Algumas sedes de jornais emblemáticos têm esta separação consagrada no próprio edifício, com entradas e pisos diferenciados para os jornalistas e para o pessoal da publicidade."

"Muitos dos preceitos e orientações legais que protegem a autonomia interna, na verdade o que prescrevem é a salvaguarda da autoridade do editor relativamente ao dono do jornal."

cialismo. A premissa de que os media noticiosos não consistiam num mero negócio como outro qualquer sempre fez parte da ideologia profissional do jornalismo norte-americano. Os media são importantes instituições sociais e as responsabilidades que assumem perante o público como um todo exigem que por vezes se coloque em segundo plano os imperativos comerciais. E os jornalistas acreditavam que, na maior parte das vezes, os proprietários aceitavam esta ideologia. Esta ideologia era também suportada pelas condições de mercado. As empresas de imprensa, porque detinham monopólios, não tinham que enfrentar qualquer concorrência. A radiodifusão assentava num estável oligopólio com três networks [CBS, ABC, NBC] que partilhavam uma ampla audiência e eram muito rentáveis… No entanto, esta situação mudou ao longo das últimas décadas. A indústria de imprensa tornou-se propriedade de corporações, por isso tem de responder a Wall Street e a expectativas de lucros crescentes. Os jornais preocupam-se muito mais com a concorrência que têm de enfrentar em relação aos outros media. Por isso, os jornalistas têm hoje de condescender mais e mais em relação aos marketers. Na televisão o cenário é ainda mais dramático. Este meio sofreu um processo de desregulamentação e tornou-se muito mais competitivo. Desapareceu o compromisso da televisão de servir o interesse público.

Como é que esta situação se reflecte nas práticas jornalísticas?

Na televisão, significa que os imperativos comerciais dominam cada vez mais. E isto aplica-se também aos jornais, embora em menor grau. Significa também que aqueles que administram e tomam decisões têm cada vez menos sensibilidade jornalística. Mesmo os editores, por exemplo, são frequentemente escolhidos mais pela sua formação na área dos negócios do que na de jornalismo. Na televisão, o que está a acontecer é que, juntamente com a comercialização, há uma proliferação de novos tipos de infotainment que competem com o jornalismo. Surgem novos tipos de comunicadores que têm um papel crescente e que "competem" com os jornalistas. No sector da radiodifusão e do cabo é grande a pressão para se seguir nesta direcção.

"Aqueles que administram e tomam decisões têm cada vez menos sensibilidade jornalística. Mesmo os editores, por exemplo, são frequentemente escolhidos mais pela sua formação na área dos negócios do que na de jornalismo."

Os jornalistas estão a perder o monopólio do controlo do acesso ao espaço público e da disponibilização de informação.

Durante muito tempo os jornalistas tiveram quase um monopólio total dos canais da comunicação política, o que deixou de se verificar. Os jornalistas foram deslocados para as margens deste processo. O que não é necessariamente algo negativo. Os jornalistas tinham um controlo quase absoluto desses canais! Pode dizer-se que o sistema hoje é mais aberto. Mas há também aspectos perturbadores neste processo porque os jornalistas actuam de acordo com princípios éticos, têm um compromisso de servir o público. Alguns dos novos canais estão muito mais permeáveis à corrupção e à possibilidade de manipulação por actores com agendas políticas.

Os jornalistas têm mais dificuldade hoje de manter a independência perante actores ou instituições políticas?

Penso que perderam alguma independência em relação aos actores políticos embora sejam ainda menos independentes face aos gestores dos media. Penso que é verdade que os jornalistas não são autoridades tão confiantes e desafiadoras como foram outrora, na na década de 1970. Muitos analistas têm observado, e talvez isto seja mais importante, que os jornalistas hoje não têm de se preocupar apenas com os políticos. Os jornalistas estão menos confiantes a expressar controvérsias perante o público e os anunciantes. Diria que são mais conformistas face às normas sociais dominantes.

É da opinião que hoje o partidarismo é uma boa estratégia comercial dos media. Pode explicar este fenómeno?

Outra das grandes mudanças do modelo liberal é que o partidarismo está a aumentar. No formato norte-americano do modelo liberal os jornalistas estão comprometidos com a norma da objectividade, que consiste num princípio de não partidarismo. Durante muito tempo todos os grandes media nos EUA abstiveram-se de qualquer alinhamento partidário, o que está agora a mudar. A mudança começou por três novas formas de media que são significativamente partidárias – os talk radio, a televisão por cabo e a Internet. A mudança efectivamente começou com a Fox News, que foi a primeira grande orga-

"Os jornalistas hoje não têm de se preocupar apenas com os políticos. Os jornalistas estão menos confiantes a expressar controvérsias perante o público e os anunciantes. Diria que são mais conformistas face às normas sociais dominantes."

nização noticiosa nacional com uma identidade partidária distinta. E agora a MSNBC, que também é um canal noticioso por cabo, começou a posicionar-se como sendo de centro-esquerda, em alternativa à Fox News. Em ambos os casos a estratégia foi muito bem sucedida. Saber se o partidarismo é uma boa estratégia comercial ou nem por isso depende da estrutura do mercado. Se houver muita concorrência, como acontece na televisão por cabo, pode ser uma boa estratégia. Há finalmente a Internet, devido à blogosfera, que também pode ser identificada com a esquerda ou a direita. Os cibernautas tendem a gravitar em redor de bloguers que partilham as suas perspectivas políticas.

Portanto, o partidarismo não reflecte necessariamente uma verdadeira ideologia dos media...

As corporações podem facilmente decidir que querem um canal da esquerda e outro da direita como uma estratégia de negócios. Por exemplo, a Clear Channel Communication tem uma série de talk radios de direita e um dia decidiu experimentar talk radios de esquerda. Mas neste caso não correu tão bem... A esquerda não funciona tão bem em talk radios como noutros media. A esquerda é mais bem sucedida nos documentários. Outra importante nova forma da comunicação política americana são os programas satíricos de notícias no late night, como o Daily Show, que tendem a estar mais próximos da esquerda na sua orientação política.

Quando fala em partidarismo dos media, estes claramente são alinhados e promovem o voto no Partido Democrata ou no Republicano? É o conteúdo que se torna mais identificado com as agendas políticas?

Com regularidade estes media estão claramente a favor de um partido sobre o outro.

As mudanças que está a referir do modelo liberal dos media estão relacionadas com uma maior diferenciação entre partidos políticos nos EUA?

Sim, é verdade que as divisões e distinções partidárias se foram acentuando nos últimos 30 anos. E penso que provavelmente isto também vem explicar por que o jornalismo se tornou mais partidário.

Quais são as principais características do modelo de pluralismo polarizado, nos quais inclui Portugal?

Os países que incluímos no modelo de pluralismo polarizado (Portugal, Espanha, França, Itália e Grécia) viveram todos transições tardias e conflituosas para a modernidade. O conflito entre ideologias liberais e antiliberais prolongou-se até à última metade do século XX. Uma das consequências foi que estes países mantêm um espectro político mais alargado do que na Europa do Norte e sobretudo, bem mais variado do que na América do Norte. Nestes países, historicamente a imprensa foi mais um produto das disputas argumentativas entre as elites políticas do que um produto da cultura popular de massas. Isso explica, em parte, uma certa persistência das baixas tiragens dos jornais. Estes sempre foram muito politizados, na maioria das vezes pelos partidos. Muitos jornais seguem determinadas orientações políticas. O nível de profissionalização dos jornalistas, além de tardio, também é mais baixo. Em parte porque os jornalistas não têm tanta autonomia, em parte porque não existem consensos sobre quais as regras éticas e deontológicas da profissão. A dificuldade em atingir o consenso explica-se pelas profundas divisões políticas entre os jornais. Por último, são países onde existiu uma intervenção forte do Estado no campo dos media, seja através da existência de meios de comunicação adquiridos pelo próprio Estado; seja através da Censura durante os regimes autoritários ou através da concessão de subsídios e de outras formas mais informais de pressão. A época moderna possui algumas características complicados. Nelson Traquina fala em "desregulação selvagem" e acho que tem razão. Existe um quadro legal e regulador mais enfraquecido do que nos países do modelo liberal (Inglaterra, EUA, Canadá e Irlanda) e do modelo democrático corporativo (Áustria, Bélgica, Dinamarca, Finlândia, Alemanha, Holanda, Noruega, Suécia e Suíça). O exemplo mais flagrante é o monopólio de televisão alcançado por Sílvio Berlusconi, que se desenvolveu no início da comercialização dos meios de comunicação em Itália, justamente porque o Estado italiano não teve força para impor normas reguladoras do audiovisual que fossem acatadas pelos agentes económicos. JJ

"As corporações podem facilmente decidir que querem um canal da esquerda e outro da direita como uma estratégia de negócios."

"Os países que incluímos no modelo de pluralismo polarizado (Portugal, Espanha, França, Itália e Grécia) viveram todos transições tardias e conflituosas para a modernidade."

Livro de Daniel Hallin e Paolo Mancini

Portugal no grupo dos países em que a imprensa é politizada e existe um baixo grau de profissionalização dos jornalistas

O LIVRO *Comparing Media Systems : Three Models of Media and Politics* (publicado em 2004 pela *Cambridge University Press* e ainda não traduzido em Português) é seguramente um dos livros de referência na área dos estudos da comunicação. São ainda muito escassas as obras que fazem análise comparativa e o estudo destes dois professores, especialistas em Comunicação Política e docentes, respectivamente, na Universidade de San Diego, Califórnia, e na Universidade de Perugia, Itália, propõe um quadro teórico válido para 18 países europeus, Estados Unidos e Canadá.

O objectivo é compreender a relação entre os media e o sistema político e os autores identificaram três grandes modelos operativos: pluralismo polarizado; democrático corporativo e liberal. Portugal, juntamente com os restantes países da Europa do Sul (Espanha, Itália, Grécia e França), integra o modelo de pluralismo limitado.

Este grupo de países partilha, em variados aspectos, uma história comum: a modernidade chegou tardiamente e de forma conflituosa; existe um passado (e um presente) de forte intervenção estatal no campo dos media; os jornais estão associados a sensibilidades políticas e, por vezes, mesmo conotados com determinadas forças partidárias; a profissionalização dos jornalistas é frágil, seja pela ausência de formalização das competências associadas ao exercício profissional, seja pelo baixo consenso existente na classe em torno do código ético, da deontologia e de outros mecanismos de auto-regulação.

Daniel Hallin esteve em Portugal para realizar trabalho de campo no final dos anos 90. Confrontou-se com uma "enorme ausência de informação" sobre o modo de funcionamento do sistema mediático, em comparação com os restantes países europeus. Faltavam dados estatísticos sobre hábitos de leitura de jornais, bem como estudos teóricos sobre as formas de trabalho dos jornalistas e a sua relação com o poder.

Hallin admite que Portugal "possa ter mudado" de modelo, ao contrário dos seus "companheiros de estrada", sobretudo a Itália e a Espanha, que se mantêm no grupo de países onde a imprensa é mais vulnerável à instrumentalização pelo poder político e as divisões internas entre os jornalistas permanecem elevadas, impedindo a obtenção de consensos em torno dos valores e das práticas da profissão.

Apesar de serem construções teóricas estáveis, os modelos não são imutáveis. A França, por exemplo, deslocou-se progressivamente, aproximando-se do modelo liberal. E os países onde o modelo liberal era claramente dominante, como os Estados Unidos e o Canadá, estão a sofrer transformações devido à crise generalizada da imprensa e aos efeitos da comercialização, que abalam os valores da profissão e contribuem para o descrédito do jornalismo e para a sua fusão com outros discursos (publicidade, entretenimento) que circulam na esfera da comunicação. Seria necessário avaliar circunstanciadamente os impactos introduzidos pela privatização das empresas jornalísticas, ocorrida em Portugal apenas a partir do final dos anos 80, para concluir até que ponto a modernidade enfraqueceu ou fortaleceu o grau de autonomia dos jornalistas portugueses face ao poder político. JJ

Mancini (à esquerda) e Hallin têm desenvolvido um importante trabalho conjunto

ENTREVISTA

Cristina Ponte e Lídia Marôpo à JJ

Jornalismo e infância

As crianças e jovens fazem cada vez mais manchetes de jornal e abrem noticiários, mas as suas vozes continuam a ser pouco ouvidas. A JJ falou com Cristina Ponte e Lidia Marôpo, da Universidade Nova de Lisboa, a pretexto do livro recentemente editado, *Crianças e Jovens em Notícia* e no ano em que se comemoram 20 anos da Convenção dos Direitos da Criança.

Texto **Ana Jorge** Fotos **José Frade**

JJ – Qual foi o propósito deste estudo de notícias sobre crianças e jovens?
CP – O estudo pretendeu actualizar uma pesquisa que tinha sido feita de cinco em cinco anos, desde 1970, alargando a inclusão de mais jornais, incluindo as crianças e jovens enquanto sujeitos com voz e tornando públicos os resultados da investigação de uma maneira mais sistemática. Os jornalistas no dia-a-dia não têm a percepção de quais são as grandes tendências e os próprios investigadores prestam pouca atenção à maneira como as crianças aparecem nos media: há um lugar-comum de que só aparecem como vítimas ou agressores.

JJ – Porquê estudar com maior atenção a imprensa noticiosa?
LM – A imprensa serve como referência para os outros media na cobertura de quaisquer temas. A televisão pauta-se muito pela pressa, por notícias mais rápidas, mais factuais, e o jornal impresso, especialmente o de referência, tem uma tendência para contextualizar mais. É claro que a penetração dos media impressos é muito menor do que a da televisão, mas eles servem como referencial e se conseguirmos contribuir para um jornalismo impresso de boa qualidade, indirectamente vamos influenciar todos.

JJ – Isso mantém-se mesmo com as poucas diferenças que encontraram entre jornais populares e de referência?
LM – No agendamento dos temas não há muitas diferenças, mas no enquadramento encontrámos bem mais diferenças: os jornais de referência têm uma maior tendência a tratar as questões de um ponto de vista político, a não personalizar tanto; os jornais populares tendem a discutir mais a questão de um ponto de vista individual. Agora, isso são tendências: muitas vezes, surpreendemo-nos com jornais populares que diversas vezes conseguiram fazer um tratamento mais de fundo.
CP – Os jornais são unidades dinâmicas e este binómio jornal de referência/jornal popular se calhar faz mais sentido ser pensado como *continuum*. Há jornais que temos dificuldade em dizer 'este é um jornal popular', por exemplo o *Jornal de Notícias*, que talvez tenha sido o que apresentou mais uma distribuição dos temas, um certo equilíbrio e atenção ao lado mais público, ao nível do enquadramento, mas também sem deixar o acompanhamento dos casos.

JJ – Quais foram as principais diferenças para os dados comparáveis, entre 2000 e 2005?
CP – Houve uma redução da reportagem, o que é um dado importante porque esse é o género jornalístico que

"Os jornalistas no dia-a-dia não têm a percepção de quais são as grandes tendências e os próprios investigadores prestam pouca atenção à maneira como as crianças aparecem nos media: há um lugar-comum de que só aparecem como vítimas ou agressores." Cristina Ponte

"Os jornais de referência têm uma maior tendência a tratar as questões de um ponto de vista político, a não personalizar tanto; os jornais populares tendem a discutir mais a questão de um ponto de vista individual." Lídia Marôpo

permite dar mais a experiência do que está a acontecer. Houve um grande aumento dos consumos, que torna mais visível o peso que as crianças têm em termos de segmento com peso na economia. Houve dois grandes temas de risco relativamente novos em relação a 2000: resultado de acontecimentos como o Caso Casa Pia, houve um grande aumento das notícias sobre violência sexual; a delinquência também aumentou de atenção; o terceiro tema de risco que foi forte mas que é uma constante ao longo dos 30 anos é o das crianças vítimas de maus-tratos e negligência, porque no ano de 2005 houve uma série de casos dramáticos: o Caso Joana que vinha de 2004, o caso da criança que apareceu morta no rio, uma série de casos que foram tratados como folhetim.

ENTRE A PERSONALIZAÇÃO E A VITALIDADE DAS FONTES

JJ – A visibilidade noticiosa da infância está a aumentar, mas será que enquadramentos em torno de casos individuais, como os da Esmeralda, Alexandra, Ana Rita Leonardo, podem trazer novas abordagens sobre questões da infância e juventude?

LM – Todos os jornais têm uma posição, implícita ou explícita, em relação aos direitos da criança: os temas que agendam, a forma como enquadram e o respeito à privacidade da criança, ao seu desenvolvimento, à sua voz. Desde 2005 a 2009, a visibilidade é cada vez maior, começamos também a discutir qual o papel dos media em todos esses temas e podemos ver uma evolução no respeito aos direitos das crianças. Alguns casos individuais serviram para chamar a atenção, por exemplo, para a questão dos maus-tratos e começou a discutir-se qual eram as condições das CNPCJR. O caso da Ana Rita Leonardo vai ser uma referência: uma menina de 15 anos conseguiu-se fazer ouvir por um país inteiro, levou a discutir a questão do poder parental, da guarda de crianças, da adopção; entraram outras fontes falando na lentidão da justiça portuguesa; a advogada dela e outras fontes referiram que o superior interesse da criança coloca prioritariamente que a criança é que tem direito a uma família; e a advogada tocou no ponto de que o Estado não pode tirar uma criança de uma família só porque é pobre, tem que primeiro dar as condições. De um caso particular, diversas questões importantes são colocadas em cena. Infelizmente, não aconteceu noutros casos, como no Caso Maddie, em que o debate ficou preso nesse caso e rendeu muito pouco em termos de qual é o problema do desaparecimento de crianças, da negligência parental…

CP – Um tema que emergiu, também porque o IAC teve algum protagonismo e que lentamente foi tomando forma, foi o do interesse superior da criança e da necessidade de discutir como é que a lei, sendo Portugal um dos primeiros países a ratificar a Convenção dos Direitos da Criança, ainda a ignora muito. A categoria, que identificámos em 2000, da 'criança disputada', no caso da criança cubana Élian Gonzalez, seria a que emergiria em 2007, 2008, 2009, muito mais do que a categoria dos maus tratos, porque é toda a discussão sobre quem é o melhor pai ou a melhor mãe. É uma história que prende os jornalistas e as pessoas porque é o dar corpo ao mito do Salomão. Não se pode ignorar toda a ressonância cultural que estes casos

têm. Esta cultura vende: não é que agora haja mais casos do que no passado, têm uma visibilidade maior porque também há um movimento no jornalismo em torno das estórias de interesse humano e que criam um efeito folhetim. O desafio está em recolocar o problema do lado político e tornar mais visível a necessidade de fazer reenquadramentos da lei para pensar o que são os direitos e o superior interesse da criança.

JJ – A diferença crítica é a capacidade das fontes para mobilizar o debate no sentido público.

CP – Um dos resultados mais interessantes do projecto, em relação às fontes, é a maior parte das peças não ter fonte ou ter só uma fonte, o que é contrário ao bom jornalismo. É muito importante que essas fontes tenham essa preocupação em entrar no debate. Nós temos o exemplo do Brasil, em que existe essa capacitação das fontes para fazerem ouvir a sua voz e isso faz uma grande diferença.

JJ – Outro padrão é o do favorecimento das fontes institucionais.

LM – As instituições que lidam com crianças e adolescentes nas mais diversas áreas têm que ser uma fonte muito importante da cobertura da infância. O que ainda falta em Portugal é um maior investimento dessas fontes para lidarem com os media: há uma abertura para dialogar, mas admitem que ainda lhes falta uma postura mais pró-activa enquanto fontes. Depois, não há nenhum jornalista especializado na área de infância, o que não lhes dá condições no seu dia-a-dia para conhecer em detalhe todas as leis, todas as questões relacionadas à infância, e os jornalistas dizem mesmo que precisam dessas fontes.

CP – Ainda há pouca transparência. Há dez anos que

Os nativos digitais?

As tecnologias mereceram nos últimos anos um tratamento mediático considerável e foram vários os casos que recentemente envolveram crianças e jovens. Cristina Ponte nota que o programa do computador Magalhães "tem sido visto mais pelo escândalo, financeiro e do uso indevido, mas ainda falta uma abordagem pelo lado das oportunidades, da literacia e da promoção de comportamentos que tirem partido dessas possibilidades".

Os media não têm dado, diz a professora, perspectivas sobre como o computador pode funcionar como "um factor de inclusão digital e social", nem oferecido "elementos de enquadramento dos pais, precisamente sobre como lidar com este novo aparelho".

Lidia Marôpo faz notar que esta relação entre crianças/jovens e tecnologias é vista, como outras questões, numa perspectiva "adultocêntrica": "analisamos sempre tudo do ponto de vista do adulto: não acho inerentemente mau uma criança brincar com o computador que recebeu por via de um investimento público". Os jornalistas não compreendem as culturas e as linguagens infanto-juvenis, têm dificuldade em chegar até aos jovens e tudo isto resulta em que os "enquadramentos na perspectiva dos jovens ficam pouco visíveis". Isso foi notório no caso Carolina Michaelis: "o enquadramento prioritário foi da indisciplina, mas a pedopsiquiatra Ana Vasconcelos alertou para que temos que perceber que o telemóvel é o diário do adolescente hoje e que possivelmente aquela menina ficou desesperada porque ali tinha mensagens e coisas pessoais".

Cristina Ponte contextualiza esta dificuldade do jornalismo português na cultura do Sul da Europa, em que não há ainda a tradição de ouvir as crianças, ao contrário, por exemplo, da Noruega, "um país em que a própria Constituição tem consignados os direitos da criança". Num estudo que comparou notícias sobre crianças e tecnologia durante dois meses em jornais de 13 países europeus, o jornal norueguês era o que "tinha muito mais vozes de crianças, ouvidas nas suas experiências positivas e a comentar os casos". Lidia Marôpo conclui "a cobertura jornalística de qualquer tema é reflexo da sociedade e porque é que as crianças e jovens têm pouca voz nas notícias? Porque têm pouca voz na sociedade".

"Esta cultura vende: não é que agora haja mais casos do que no passado, têm uma visibilidade maior porque também há um movimento no jornalismo em torno das estórias de interesse humano e que criam um efeito folhetim." Cristina Ponte

"Aquilo que defendo é um código de auto-regulação dos media construído também com o contributo de outros órgãos, como o Sindicato, a ERC e as instituições da área da infância; e um observatório dos media e crianças, ligado à academia ou à sociedade civil organizada." Cristina Ponte

LIGAÇÕES ÚTEIS

MediaWise: www.mediawise.org.uk/display_page.php?id=579
Federação Internacional de Jornalistas – www.ifj.org/en/articles/childrens-rights-and-media-guidelines-and-principles-for-reporting-on-issues-involving-children
Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) – Brasil e América Latina: www.andi.org.br
Nordicom – The International Clearing House on Children, Youth and Media: www.nordicom.gu.se/clearinghouse.php

"Jornalismo e Direitos da Criança e do Jovem" – CENJOR

Formação avançada (16h) com académicos especializados e peritos do IAC e da CNPCJR, para jornalistas, equiparados a jornalistas e colaboradores da Comunicação Social, destinada a capacitar os profissionais para um melhor tratamento jornalístico de temas e acontecimentos relacionados com a infância e juventude
13, 15, 20 e 22 Outubro 2009; 9h - 13h

Portugal não apresenta o relatório sobre a situação da infância no país para apresentar às Nações Unidas. Era uma matéria que o jornalista podia pegar e dizer 'porque é que não há um relatório, quem o devia fazer e porque não está a ser feito?'. Há uma tendência geral para uma certa ausência de prestação de contas, mas também há um jornalismo mole que não vai ver o que foi feito depois de o programa ser anunciado.

JJ – Se a sociedade não se mobiliza o suficiente, o que é legítimo pedir aos jornalistas para mudar o processo?

LM – Todos somos responsáveis pelas notícias que são publicadas relacionadas com crianças e adolescentes. Os jornalistas têm limitações porque não são especialistas, o próprio Sindicato está sensível a essa questão mas a estrutura do sindicato não tem condições para tomar muitas iniciativas para promover esse debate, os jornalistas também dependem da sociedade civil organizada para promover esse debate. Se não há o relatório, mas a sociedade civil denunciar que não há, fica mais fácil para os jornalistas cobrirem.

FORMAS DE REGULAÇÃO

JJ – Em termos de auto-regulação jornalística, o que está feito e o que falta fazer?

CP – A CNPCJR vai entrar no quarto *workshop* de dois dias para jornalistas e para os técnicos das comissões. Vamos começar agora um curso no Cenjor (ver caixa), o Sindicato está sensibilizado, o CJ colocou no site informação e programas da FIJ. Estamos dispostas a dar o nosso contributo: enquanto professora universitária trabalho com os jovens futuros jornalistas para que estes temas sejam mais visíveis e com maior dignidade.

LM – As Universidades Nova de Lisboa e do Minho vêm chamando a atenção, com seminários, publicações. Tudo isso tem contribuído, mas o processo é lento, temos que caminhar um pouco mais rápido: promover quais os artigos da Convenção falam directamente dos media e quais as consequências desses artigos, já que Portugal ratificou a lei, e da Lei da Protecção das Crianças e Jovens em Risco para a cobertura jornalística, como podem ser utilizados pela ERC nos seus pareceres, no Conselho Deontológico do SJ e internamente nos próprios media. Aquilo que defendo é um código de auto-regulação dos media construído também com o contributo de outros órgãos, como o Sindicato, a ERC e as instituições da área da infância; e um observatório dos media e crianças, ligado à academia ou à sociedade civil organizada.

JJ – Quando a auto-regulação falha, o desrespeito pelos direitos das crianças é regulado externamente?

LM – Embora já haja sensibilização de juízes e de procuradores para essa área, não conheço nenhum caso de processos na Justiça por desrespeito desses direitos. A ERC "condenou" recentemente a TVI por uma notícia relacionada com pedofilia. Uma grande parte dos países da Europa já tem um Provedor da Criança, uma figura que trata dos vários assuntos relacionados com a criança, de entre eles a cobertura nos media. Até hoje me pergunto porque é que a Esmeralda teve o seu nome divulgado, que acho que não deveria ter sido, mas não a sua imagem pessoal, enquanto a Alexandra teve, além do nome, a sua imagem divulgada. Mas esta divulgação directa não acontece assim tantas vezes, o mais problemático e que acontece mais é a divulgação indirecta: a foto da casa da criança, da família… JJ

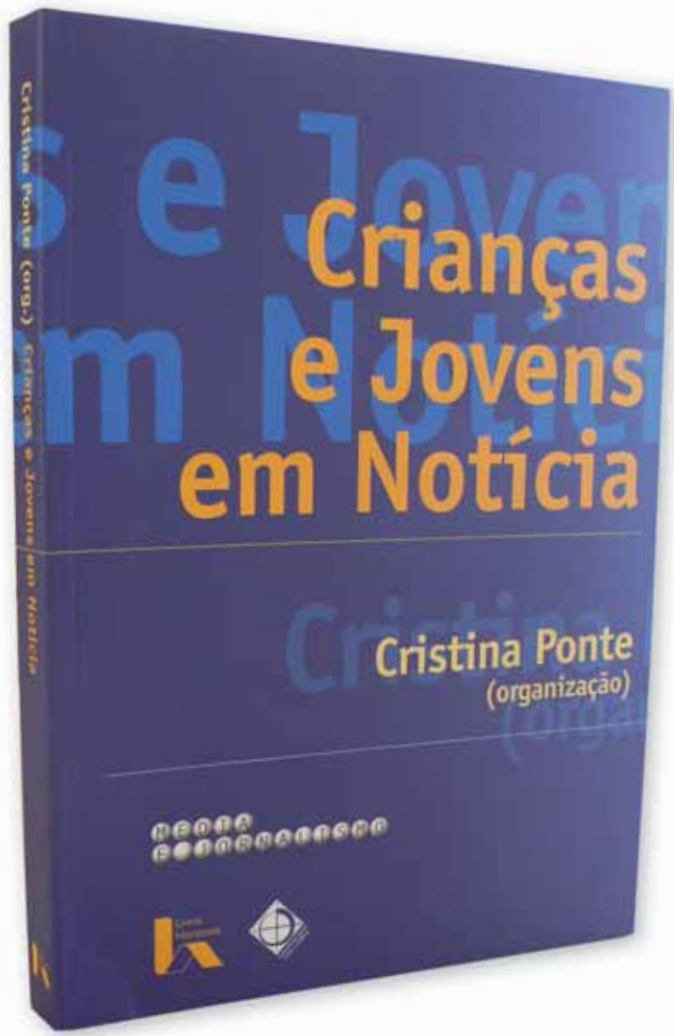
Um livro de vozes

Crianças e Jovens em Notícia é um livro é feito de vozes não só dos investigadores de várias áreas científicas que trabalharam neste projecto durante cerca de dois anos; de crianças e jovens sobre as suas experiências de notícias; mas também de jornalistas, cientistas, procuradores, representantes de ONGs chamados a discutir os resultados num seminário em 2007.

O LIVRO APRESENTA resultados do projecto de dois anos, financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia, que analisou as notícias sobre crianças e jovens (0-18 anos) em 2005, no *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Público*, nas edições diárias e revistas de Domingo. Esta análise identificou mais de seis mil peças noticiosas, classificadas segundo parâmetros formais (incluindo página do jornal, secção, extensão, imagem, assinatura, género, fontes/vozes e localização) e de conteúdo, procurando responder às questões sobre "*Que* crianças e jovens são notícia e que questões relacionadas com a infância e a juventude são tratadas? *Quando* é que são notícia? *Quem* tem voz nestas notícias? São respeitados os direitos da criança?" (p. 9). Esta investigação, declara Cristina Ponte, organizadora do livro e coordenadora do projecto, "é pertinente na medida em que os meios de comunicação social são espaços fundamentais de visibilidade nas sociedades contemporâneas" (*ibidem*).

O estudo encontrou diferentes agendas nos quatro jornais, mas que se reforçam mutuamente. A análise formal permite constatar que o género da reportagem tem pouco espaço, as peças são pouco desenvolvidas e as fontes de informação pública são as mais ouvidas. "O padrão dominante em termos formais foi uma peça até seis parágrafos, a duas colunas, secundária na página, com imagem e sem conexão com as peças de proximidade" (p. 36), o que não propicia um tratamento substantivo das questões da infância. A inclusão das revistas dominicais nesta análise permitiu detectar a "relevância crescente da economia da infância" (p. 37), constituindo o Consumo, Culturas e Comportamentos o terceiro tema mais presente no conjunto dos jornais. Contudo, os grandes protagonistas são os temas do Risco Social e da Educação, ofuscando temas como a Saúde, que tinha maior presença no ano 2000 nos jornais *Público* e *DN*. Em geral, a cobertura noticiosa da infância e juventude é pouco diversificada, em termos de temas, do tipo de crianças representadas (sobretudo a criança branca e de nacionalidade portuguesa, sem deficiência) e dos espaços (sobretudo nacionais e locais).

Assim, "ao aumento do número de peças que envolveram crianças não correspondeu um alargamento da agenda das notícias na perspectiva das políticas de infância" (p. 43). A cobertura anda sobretudo a reboque de um conjunto de casos ou matérias, suscitando durante um deter-



Uma análise das notícias sobre crianças e jovens (0-18 anos) em 2005, no Correio da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Público, nas edições diárias e revistas de Domingo.

Um ponto que deve interpelar os jornalistas é o da conclusão de que "60,9% [das peças] apresenta nenhuma ou somente uma fonte de informação" (p. 146).

São os jovens institucionalizados quem mais se ressente do protagonismo negativo dos jovens: "'a maior parte dos jornais só fala da porcaria que os jovens fazem, nunca falam das coisas boas que eles fazem'", indigna-se um jovem.

minado período grande número e relativa diversidade de peças jornalísticas, sob a forma de "folhetim", com pouca possibilidade de romper com "o enquadramento dominante" (p. 42). Este quadro dificilmente é contrariado pelas notícias de série, pequenas peças isoladas como novos casos para velhas histórias; ou por peças residuais com fontes organizadas, vozes de especialistas que promovam um enquadramento alternativo e contextualização. Estas representações simplificadas das crianças formatam o debate sem potenciar uma maior problematização social em torno de quais as infâncias "perdidas" ou "a investir" e sobre qual o papel da sociedade, do Estado e dos cidadãos nesse processo.

A obra mostra-se comprometida em identificar problemas e apontar caminhos para a intervenção. A análise, conduzida por Maria João Leote de Carvalho, da cobertura das crianças em sistemas de protecção e jovens delinquentes, por exemplo, identifica "uma ausência de conhecimento adequado do(s) jornalista(s) acerca do enquadramento da matéria" (p. 75), causando por vezes "danos em termos de violação dos direitos das crianças/jovens neles envolvidos" (p. 92). Estas constatações pressionam para a necessidade de formação específica e qualificação de jornalistas e das instituições que lidam com estas matérias, normalmente privilegiadas como fontes.

Nesse sentido, um ponto que deve interpelar os jornalistas é o da conclusão de que "60,9% [das peças] apresenta nenhuma ou somente uma fonte de informação" (p. 146), explicadas pelos constrangimentos de produção jornalística. A maior diversidade de fontes encontra-se nos jornais que mais se aproximam do modelo de referência, o *Público* e o *DN*, baixando nos *JN* e *Correio da Manhã*, mais próximos do modelo popular. Estas divisões, contudo, não são estanques, caracterizando-se o *JN* por um jornalismo popular com maior aproximação ao modelo de referência. A diversidade de fontes é determinante para o papel do jornalismo como propiciador de um debate alargado e sério sobre as matérias da infância.

Aliás, se as vozes de crianças e jovens aparecem nos jornais "principalmente no campo das situações e problemas individuais" (p. 154), o projecto foi ouvir crianças e jovens em escolas e instituições sobre as suas perspectivas sobre as notícias que falam sobre si. Por um lado, a prevalência do Risco Social nas notícias reflecte-se ao nível das recordações das crianças, sendo esses "'acontecimentos traumáticos' que deixam marcas emocionais" (p. 173). Por outro, são os jovens institucionalizados quem mais se ressente do protagonismo negativo dos jovens: "'a maior parte dos jornais só fala da porcaria que os jovens fazem, nunca falam das coisas boas que eles fazem'", indigna-se um jovem.

Foram estes os resultados que a equipa apresentou em seminário, convidando jornalistas, professores, pediatras, juristas, sociólogos e público em geral para os discutir. A esta discussão juntaram-se também as palestras de David Buckingham, professor britânico da relação entre media e crianças/jovens; de Guilherme Canela, da sul-americana Agência de Notícias dos Direitos da Infância; e de Armando Leandro, Presidente da CNPCJR, que contribuem para recentrar o debate sobre a relação entre crianças, media e notícias em torno dos seus direitos, enquanto sujeitos plenos. **A.J.**

Caixa Geral de Depositos

PRÉMIOS GAZETA 2008

Clube de Jornalistas

Sofia Leite e António Louçã foram os vencedores do **Grande Prémio Gazeta 2008** de jornalismo com a reportagem *"A Lista de Chorin"*, um trabalho de investigação transmitido pela RTP, que relata a actividade dos diplomatas portugueses Sampaio Garrido e Teixeira Branquinho em defesa dos judeus (incluindo os pais das famosas actrizes Zsa Zsa e Eva Gabor) e o desfecho da arriscada negociação entre o milionário húngaro Ferenc Chorin e as SS que permitiu a vinda para Portugal de trinta e seis membros da sua família.

O **Prémio Gazeta Revelação** foi atribuído a Vítor Rodrigues Oliveira, da RDP Antena 1, pelas reportagens "*Hoje há Festa em Bombaim*", "*As tranças de Obama*" e "*Herança do Dragão*", esta última em colaboração com Ana Neves Almeida.

A reportagem *Hoje há festa em Bombaim* apresenta uma nova perspectiva sobre os efeitos do terrorismo. Através de uma linguagem simples, sem artifícios, o jornalista revela um olhar atento e bem-humorado sobre a realidade indiana, sobre as raízes de uma cultura ancestral dividida entre a globalização e a tradição. Este olhar prenuncia uma sólida promessa no jornalismo radiofónico português.

O **"Diário do Sul"**, jornal de grande circulação do distrito de Évora, fundado e dirigido, desde 1969, por Manuel Madeira Piçarra, ganhou o Prémio Gazeta Imprensa Regional. Publicado diariamente, há quatro décadas, numa região carecida de meios de informação sólidos e duradouros, o "Diário do Sul" cumpre, de forma plural, uma importante função social e cultural e é outro significativo exemplo de uma crescente pujante informação regional no nosso País.

A **José Carlos Vasconcelos**, fundador e director do "Jornal de Letras" e coordenador do Gabinete Editorial da VISÃO, foi atribuído o Prémio Gazeta de Mérito pela sua longa e intensa carreira profissional em importantes orgãos de Imprensa, designadamente no "JL" dedicado à divulgação das artes e das letras portuguesas, e com um papel destacado na ligação com o Brasil e na afirmação de um jornalismo de valores e de ideias.

Os **Prémios Gazeta de Jornalismo**, promovidos desde 1984 pelo Clube de Jornalistas, com o patrocínio da Caixa Geral de Depósitos, serão entregues, em data a anunciar, com a presença do Presidente da República.

***Composição do Júri**: Daniel Ricardo (CJ), Elizabete Caramelo (professora universitária), Eugénio Alves (CJ), Eva Hesignen (Associação da Imprensa Estrangeira em Portugal), Fernando Cascais (director do Cenjor), Fernando Correia (jornalista e professor universitário), Guiomar Belo Marques (Free Lancer), José Rebelo (professor universitário) e Paquete de Oliveira (sociólogo e professor universitário).*

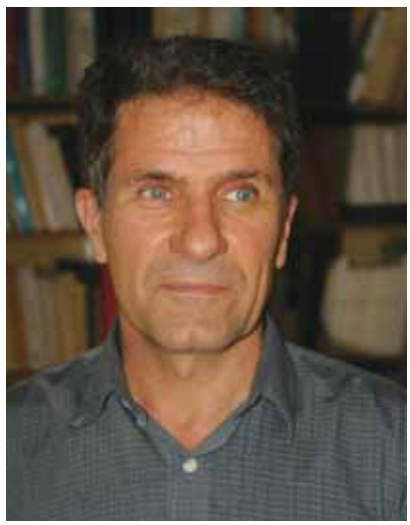
GRANDE PRÉMIO GAZETA

Sofia Leite

Curso de Jornalismo na E.S.J. Ecole Supérieure de Journalisme – Paris
Curso de Ciências Humanas na Universidade Sorbonne Nouvelle, René Descartes - Paris V
Jornalista da RTP desde 1989.
Autora de diversas grandes reportagens e documentários, entre os quais se destaca:
"Profissão: Desempregado" – eleito melhor programa de televisão pela assoc. de telespectadores em 1994
"Slavonia, a ultima travessia" – prémio Festival MATT 1998
"Imobiliário, a ultima praga do sobreiro" – prémio Polis Festival Cinéeco 2000
"O regresso da águia pesqueira" – prémio Ambiente do Norte Alentejano
"Deportados do sonho americano" – 2007
"Portugueses nas trincheiras" – em co-autoria com António Louçã, 2008
Autora de vários documentários para os programas seguintes: City-Folk, Memorial Sites, People on the Move – co-produções entre televisões europeias no âmbito da EBU-UER
Colaboradora das revistas "Grande Reportagem" e "Volta ao Mundo"

António Louçã

Mestrado em História Contemporânea (Secção Século XX) na Universidade Nova de Lisboa
Jornalista da RTP desde 2001.
Co-autor dos documentários:
"A guerra do ouro" – com Rui Araújo, prémio do Clube de Imprensa, 1997
"Portugueses nas trincheiras" – com Sofia Leite, 2008
Livros publicados sobre Portugal e a Segunda Guerra Mundial:
"Negócios com os nazis. 1933-1945" (Lisboa, 1997)
"Hitler e Salazar, comércio em tempo de guerra. 1940-1944" (Lisboa, 2000)
"Nazigold für Portugal" (Viena, 2002)
"Conspiradores e traficantes. 1933-1945" (Lisboa, 2005)
"O segredo da Rua d'O Século. 1935-1939" (em co-autoria com Isabelle Paccaud, Lisboa, 2007)



PRÉMIO REVELAÇÃO

Vítor Rodrigues Oliveira

Vítor Rodrigues Oliveira é jornalista da Antena 1 desde Setembro de 2006, tendo feito reportagens sobre assuntos económicos, políticos e de sociedade.
Enviado especial aos atentados de Bombaim, Índia (2008), acompanhou campanhas eleitorais (2007 e 2009) e fez, entre outras, grandes reportagens sobre a comunidade chinesa em Portugal (co-autoria) (2008) e o desemprego de imigrantes (2009).
Antes de ingressar na rádio pública, estagiou no DN e no Público, foi repórter e editor da Rádio Universidade de Coimbra e do Jornal Universitário de Coimbra - A Cabra. É licenciado em Jornalismo pela Universidade de Coimbra (2006).
Reportagens premiadas: «Hoje há festa em Bombaim» (o rescaldo dos atentados); «Herança do Dragão» (co-autoria com Ana Neves Almeida - os

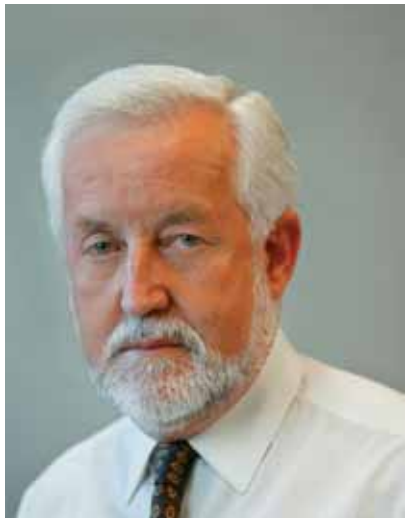
Caixa Geral de Depositos

dilemas dos chineses em Portugal); «As tranças de Obama» (cabeleireiro que homenageia Barack Obama).

GAZETA DE MÉRITO

José Carlos de Vasconcelos

José Carlos de Vasconcelos nasceu em Freamunde a 10 de Setembro de 1940. Viveu sempre na Póvoa de Varzim, onde colaborou na imprensa desde muito novo e aos 17 anos começou a dirigir uma página literária em O Comércio da Póvoa, a que continua ligado, e outra em O Fangueiro. Em Coimbra, onde se licenciaria em Direito e foi destacado dirigente nas lutas académicas dos anos 60, chefiou a redacção da Via Latina (orgão da AAC e dos estudantes portugueses, suspensa e proibida pela Censura) e da Vértice. Escreveu então uma série de reportagens sobre um naufrágio na Póvoa, enviando-as para o Diário de Lisboa, que as publicou e o convidou a entrar para a redacção. Findo o curso veio, em 1966, para o DL, onde trabalhou até 1971. Presidiu à Comissão da Lei (Liberdade) de Imprensa do Sindicato, que esteve na base da sua primeira direcção democrática. Tendo deixado em 71 o DL, por causa da Censura e por discordar da sua orientação, manteve a ligação à imprensa - com várias colaborações, incluindo no República - e ao Sindicato, que representou no Contrato Colectivo de Trabalho de 1973, além de ter sido advogado de vários jornalistas (e presos políticos).
Com o 25 de Abril de 1974 foi convidado pelos jornalistas para



director de um vespertino e de uma revista, mas iria antes para director-adjunto do Diário de Notícias, que teve então uma transformação profunda. Após o 11 de Março de 1975 demitiu-se, por solidariedade com o director, que já estava previsto substituísse. Passou então pela direcção de Informação da RTP, onde fez também, com Fernando Assis Pacheco, o programa «Escrever é Lutar» - RTP de que durante muitos anos foi comentador político.
Entretanto, ainda em 1975, foi um dos fundadores do semanário O Jornal, propriedade dos próprios jornalistas, de que seria director, bem como director editorial do grupo, que criou vários outros títulos, como Se7e, História, JL - Jornal de Letras, Artes e Ideias, Jornal da Educação, Correio Económico, uma editora, etc. - além de, com uma cooperativa de profissionais de rádio, a TSF - Rádio Jornal. Do JL, foi, desde o início, director, cargo que continua a ocupar, há 29 anos consecutivos. Após mudanças na propriedade do grupo, O Jornal deu origem à revista Visão, de que foi também fundador e director editorial, sendo hoje coordenador editorial.
Desenvolveu outras actividades no Sindicato, de que foi ainda presidente da Assembleia Geral e de que é agora presidente do Conselho Geral. Foi também presidente da Direcção e da Assembleia Geral do Clube de Jornalistas. Publicou 11 livros, oito de poemas, um infanto-juvenil e outro sobre Lei de Imprensa.
Além de outras distinções, em Portugal e no Brasil, foram-lhe atribuídos, como jornalista, os três prémios nacionais de carreira: da Casa de Imprensa, do Clube de Imprensa e o Prémio Nacional Manuel Pinto de Azevado. Ao nível da lusofonia recebeu, na sua 1.ª edição, o Prémio da Fundação Luso-Brasileira (Cultura e Responsabilidade).

IMPRENSA REGIONAL

Diário do Sul

O Diário do Sul sucedeu ao trissemanário "Jornal de Évora" após cerca de 9 anos de espera pela licença de publicação. Os alicerces do Diário do Sul vieram dos 11 anos de existência do Jornal de Évora cuja experiência foi muito positiva para o jornalismo eborense. Se o Jornal de Évora foi a pedrada no charco na informação local, alternando a metodologia de forma de informar a população, também foi ele que exigiu e conseguiu que os jornalistas da época — que eram poucos e com outras ocupações — passassem a ser respeitados e bem acolhidos nas Instituições.
A passagem a diário exigia uma maior latitude de título que não podia ficar reduzido à cidade de Évora.

Era preciso "conquistar" o Sul do País, em especial a região alentejana. Essa foi a matriz da escolha deste título só autorizado a sair no dia 25 de Fevereiro de 1969, data muito importante nos anais do jornalismo alentejano. O seu 1.º número marcou em editorial o rumo do Diário do Sul, a passo curto e seguro. A primeira tiragem foi de 3.000 exemplares e os assinantes do Jornal de Évora transferiram-se para aquele titulo. A redacção continuou na Tv. Santo André 6-8, propriedade do próprio jornal que foi impresso na Tipografia Eborauto, Lda. propriedade do editor do jornal Diário do Sul. Os primeiros dois anos foram dirigidos à informação das localidades do Alentejo com uma persistente divulgação, nas suas cidades, vilas e aldeias. Até 1974, à data do 25 de Abril, o jornal estabilizara mercê de um cunho de independência que o tornou cada vez mais respeitado. Pelas suas colunas passaram as mais importantes realizações das terras do Alentejo e o jornal orgulhava-se de ter contribuído para o progresso regional apoiando tudo que fosse esperança de desenvolvimento. Transportes colectivos; piscinas; saneamento; abastecimento de água; electrificação; estradas, tudo o que já fora apanágio do Jornal de Évora teve reforço nas páginas do Diário do Sul que corajosamente se bateu pela industrialização regional.

No plano cultural foi Diário do Sul o grande animador no apoio aos eborenses que lutaram pela sua Universidade.

Lutou, ingloriamente, pela 1.ª emissora regional e fê-lo 10 anos, sem descanso e sem êxito. As rádios só viriam na década de 80 e Diário do Sul fez a sua Rádio Telefonia do Alentejo.

Diário do Sul prosseguiu com o seu suplemento literário "Dom Quixote" por onde passaram

grandes valores da Literatura e das Artes Plásticas.

Em 1974 a mudança de regime não teve qualquer influência na orientação do Diário do Sul que foi crescendo em leitores e anunciantes e em número de páginas.

Em 26 de Setembro de 1974 um grupo de 3 pessoas influentes na política de esquerda procuraram comprar o título do Diário do Sul, diligência não concretizada porque a linha do Jornal não admitia sectorização política por respeito aos seus leitores.

Inesperadamente em 15 de Março de 1975 um grupo de pessoas de aldeias próximas arregimentado por outros indivíduos e a coberto de indecifráveis siglas assaltaram e ocuparam as instalações do Jornal e suas máquinas gráficas. O Director do Jornal foi preso para o forte de Caxias em Lisboa. E nunca ninguém lhe disse porquê.

Após 21 meses a empresa foi restituída aos seus dirigentes. Mas o Jornal apenas saiu 3 meses após a ocupação. Quando foi restituído tinha 300 assinantes. A cidade, os leitores tinham dado a melhor resposta aos usurpadores.

Após a reconstrução dos edifícios e a compra de máquinas o Jornal voltou aos seus assinantes no dia 22 de Junho de 1977.

Um mês depois voltou a atingir as 3.000 assinaturas.

A reconstrução do Diário do Sul iniciou-se de imediato com obras na redacção de Stº André e nas oficinas gráficas Eborauto, Lda.

Iria começar a fase em que o Diário do Sul se auto financiava com mais publicidade e mais assinaturas.

Assim se foi procurando um mercado publicitário fora de Évora graças ao empenho do sector liderado por António Rosa de Oliveira que voltou à Empresa de onde apenas se afastara no período da ocupação do Jornal.

Os suplementos de várias terras do distrito foram um reforço para a empresa jornalística e criou-se um hábito de edições concelhias.

Foi notória a melhoria da impressão do Diário do Sul, que subiu de tiragem e de maior número de páginas e que deram oportunidade a obter novos clientes.

A grande referência do Diário do Sul continua a ser a seriedade de processos; a ética das suas edições e uma total independência do projecto que ao longo dos anos tem merecido o interesse de Grupos de Comunicação Social de grande dimensão.

Todavia prossegue como empresa familiar com sede própria e em 2004 contando com 20 funcionários. JJ

ESPANHA COMIENZA EN LOS PIRINEOS

LUIS SUÁREZ

Centro de Estudos Andaluzes e Editorial Renacimiento, Col. Biblioteca del Exílio, Sevilha, 2008

Texto **Martins Morim**

Não é um livro de memórias. Mas é memória de um tempo. Primeiro, de sonho e de esperança numa sociedade livre e republicana em Espanha; depois, de dor e de sofrimento, com a Guerra Civil e a ditadura fascista que se seguiu à vitória dos falangistas de Franco. España Comienza en los Pirineos, reeditado em Novembro de 2008 pelo Centro de Estudos Andaluzes e a Editorial Ranacimiento, é o primeiro livro de Luís Suárez, publicado já no exílio mexicano em 1944, quando tinha apenas 26 anos. É relato plangente e testemunho de uma tragédia colectiva, escrito por alguém que sentia ainda a dor das feridas abertas por uma injusta derrota, mas com os factos e as imagens bem vivos no espírito.

España comienza en los Pirineos, apresentado no mesmo dia e em simultâneo com Los Periódicos durante da Guerra de la Independencia, este de Manuel Gómez Ïmar, são, como explicou na cerimónia de apresentação das duas obras, o director da Editorial Renacimiento, Abelardo Linares, «reflexo de dois momentos bélicos importantes e que foram vividos de maneira muito diferente»: a Guerra Civil (1936-39) e A Guerra da Independência (1908).

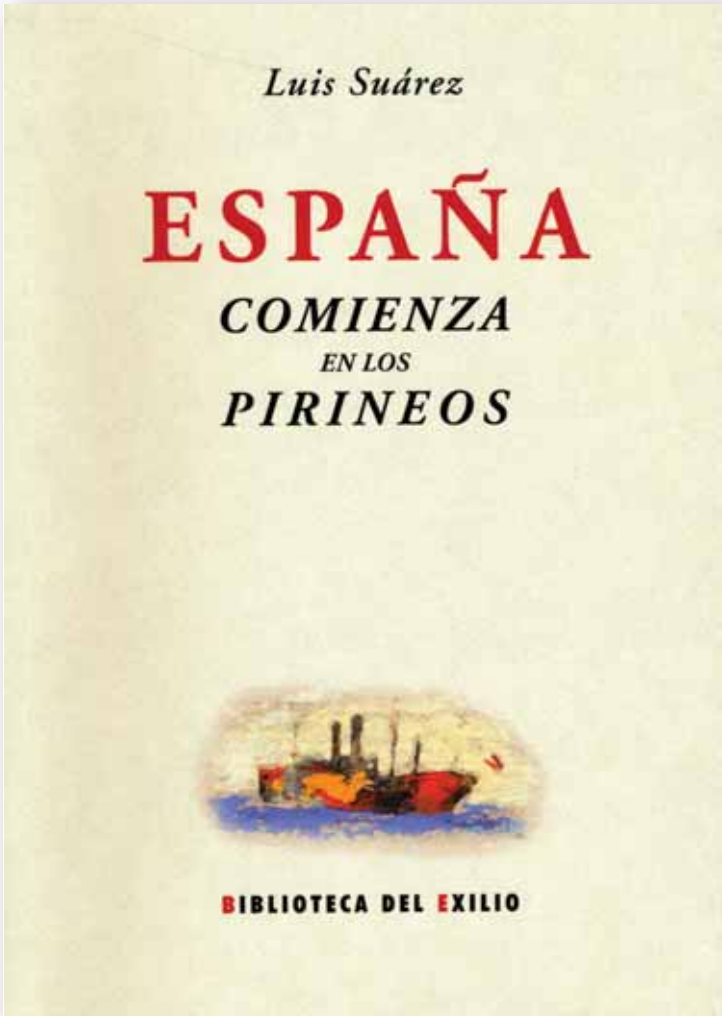
Luis Suárez foi protagonista na primeira como combatente republicano e, depois, refugiado num dos vários campos de concentração em França, onde centenas de milhar de outros compatriotas sofreram maus tratos às mãos das autoridades francesas. Luís Suárez esteve vários meses no de Saint-Cyprien, próximo de Adge, no sul de França, antes de partir para o exílio no México, a bordo do vapor Sinaia, em companhia da sua querida Pepita, já grávida de Aurora, a filha mais velha. Mais tarde nasceria Luís Jr.

«Tão perto de Espanha e tão longe da verdade», escreve o autor. Mais que um lamento, um convite à reflexão e, finda a leitura do livro a invetivável conclusão de que estivemos perante uma «contundente denúncia do tratamento desumano de que foram vítimas os republicanos espanhóis às mãos das autoridades francesas e do papel das democracias europeias ante a Guerra Civil espanhola, escudada num nefando pacto de não-agressão», como escreveu Juan Ramón López Garcia, professor da Universidade Autónoma de Barcelona, no estudo introdutório à nova versão da obra. Mas ninguém quis ouvir o grito de alerta do então jovem Luis Suárez, que, aos 17 anos, já integrava as milícias republicianas. «Me siento y no esto cansado. Quisiera tener por

delante extensiones interminables de tierra buena e llana, rodeada de montes desde los que se viera el mundo. Y gritar; gritar al mundo sordo...». É assim que começa o livro. E a França acabaria por ser o primeiro país a ter de pagar elevado preço por não ter querido ver nem ouvir. A desgraça de Espanha era o início da desgraça de França, prenunciava o jovem jornalista – foi o primeiro país a ser violentado pelo fascismo, ainda antes do eclodir de um conflito que durante seis anos destruiu o continente e martirizou populações. O que veio a seguir foi a II Guerra Mundial desencadeada pelo hediondo regime nazi-fascista de Adolfo Hitler.

Registo histórico de inquestionável importância, España Comienza en los Pirineos revela ao grande público espanhol um jornalista e escritor que só voltou a pisar solo pátrio em 1958, dezanove anos passados sobre o fim da Guerra Civil. Nessa altura, o combatente republicano tinha feito já do jornalismo uma forma de militância por causas como a luta contra o fascismo em Espanha, e fora dela, pela libertação de povos oprimidos por regimes coloniais e outras formas de opressão, pela paz no mundo, pela liberdade de imprensa e de expressão, guiado sempre pelo seu esforço de ser «objectivo mas não neutral», como gostava de dizer.

Com Luís Suárez jornalismo e política andaram sempre de mãos dadas. Assumidamente, ou não tivesse sido ele também um militante revolucionário e anti-imperialista que nunca claudicou na denúncia de atropelos aos direitos humanos, à dignidade de mulheres e de homens.



Luís Suárez nasceu no dia 30 de Março de 1918, em Albaida del Aljarafe (Sevilha). Foi fundador da Federação Latino-Americana de Jornalistas (FELAP) e exercia o cargo de presidente à data da sua morte, 31 Maio de 2003.

Por Mário Rui Cardoso > marioruicardoso@rtp.pt

http://www.j-lab.org/awards/2009_knight_batten_winners

PRÉMIOS KNIGHT-BATTEN 2009 DE INOVAÇÃO

> O *J-Lab – Instituto para o Jornalismo Interactivo* voltou a atribuir os prémios Knight-Batten às experiências mais inovadoras de Jornalismo Electrónico. O Grande Prémio distinguiu todo o corpo de trabalho de *The New York Times*. Que inclui a ferramenta de análise de debates, o leitor de documentos ou a rubrica "Viver com Menos". A primeira permitiu aos eleitores norte-americanos acompanhar os debates e discursos das presidenciais de 2008 de uma forma inédita. As intervenções dos candidatos foram colocadas na Net acompanhadas de transcrições textuais a correrem ao mesmo tempo que os vídeos, permitindo aos utilizadores pesquisar textos e saltar directamente para os tópicos pelos quais sentiam maior interesse. O leitor de documentos é um repositório de documentos facsimilados –materiais históricos e outros – por vezes anotados e comentados pela mão do jornalista.

"Viver com Menos" resultou da necessidade de cobrir a crise económica de um modo mais humanizado, centrado na vida das pessoas. A rubrica reuniu retratos multimedia aprofundados de cidadãos norte-americanos vítimas da recessão forma mais centrada nas pessoas e contributos de mais de 78 mil contributos de leitores.

Outros projectos receberam menções especiais, como o ChangeTracker (*www.propublica.org/ion/changetracker*), um monitor de alterações no "site" da Casa Branca que utiliza um software aplicável a outros "sites", ou o *Patchwork Nation* (*www.pbs.org/newshour/patchworknation/#/archive/?category=hardship&map=hardship-index-july-2009*), projecto partilhado pelo *Christian Science Monitor* e pela *NewsHour de Jim Lehrer* e constituído como um mosaico de comunidades norte-americanas envolvendo bloggers e estações locais para dar um retrato das diferentes formas de lidar com a mudança política e económica.

Myreporter.com recebeu o prémio Media Cidadãos. O conceito passa por receber questões de leitores que depois vão ser investigadas e respondidas pelo staff editorial do "site". Uma espécie de jornalismo a pedido.

"Tobacco Underground" e "Broken Government", ambos do Center for Public Integrity, foram seleccionados na categoria de Jornalismo Não Lucrativo. O primeiro envolveu 17 jornalistas de 13 países na reconstrução multimedia do mercado negro do tabaco. O segundo mobilizou uma dezena de jornalistas e peritos empenhados em fazer o levantamento dos falhanços de Bush.

Última menção para o Demotix (*www.demotix.com*), um hipermercado da fotografia onde os media de todo o mundo podem comprar trabalhos de fotojornalistas de ocasião.

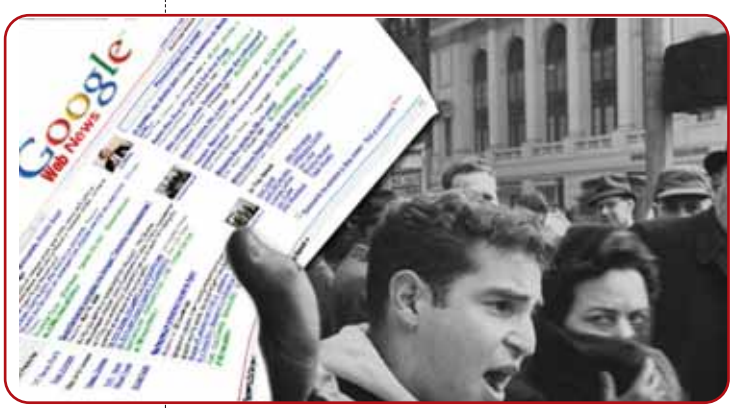
www.wan-press.org/nie/articles.php?id=2176

PRÉMIOS MUNDIAIS DE JOVENS LEITORES 2009

> *Express & Echo*, do Reino Unido, e *Zero Hora* (*www.zerohora.com.br*), do Brasil, foram nomeados Jornais do Ano para Jovens Leitores, em 2009. Distinguiram-se por delinearem as melhores estratégias para captar leitores dos escalões etários mais baixos. *Express & Echo* é um diário com circulação de apenas 22 mil exemplares e centrado no ambiente. *Zero Hora* logrou taxas de penetração de 78% na faixa etária entre os 20 e os 29 anos e de 71% no segmento dos 15 aos 19. O método utilizado pelo título brasileiro foi o *Total Youth Think*, cujas potencialidades foram, entretanto, amplamente discutidas durante a Conferência Mundial do Jovem Leitor, em Praga (*www.wan-press.org/nie/articles.php?id=1965*).
Outros contemplados foram o francês *Le Journal des Enfants* (*www.jde.fr*), por um trabalho sobre filhos de jornalistas presos; *Svobodnyi kurs*, da Rússia, pelo jogo educativo *Strategy A*, uma utilização multimedia de conteúdos de jornais para ensinar finanças; ou o projecto *Reppubblica@scuola* (*http://scuola.repubblica.it*), do diário italiano *La Repubblica*, uma ideia de contacto directo e permanente entre estudantes de Jornalismo e repórteres profissionais.

www.naa.org/PressCenter/SearchPressReleases/2009/NEWSPAPER-WEB-SITES-ATTRACT-MORE-THAN-70-MILLION-VISITORS.aspx

FOME DE NOTÍCIAS NA WEB



> Um estudo da Nielsen mostra que, no último mês de Junho, 70,3 milhões de utilizadores de Internet fizeram-no exclusivamente para aceder a "sites" de jornais, ou seja 36% do total de utilizadores da rede. Noutro estudo, da Mori Research, 82% dos dos inquiridos disseram que tomaram uma acção qualquer motivados pela publicidade online.
O *boom* do imobiliário, nos EUA, levou a uma explosão da publicidade em "sites" noticiosos, entre 2005 e 2007. Mas a crise lançou nuvens negras sobre o negócio. Agora, a indústria espera uma recuperação forte nos próximos anos, atendendo aos dados encorajadores sobre o consumo de notícias "online".
Ainda um outro estudo, da VSS, concluiu que, em 2008, os norte-americanos passaram, pela primeira vez, mais tempo à frente de meios pelos quais pagam – como livros ou tv por cabo – do que daqueles que são suportados por publicidade. O que significa que há uma saída para os conteúdos pagos, num tempo de habituação à gratuitidade, alimentada pela Internet (*http://paidcontent.org/article/419-consumers-spending-more-in-paid-media-than-ad-supported-vss-study*).

www.thisislondon.co.uk/standard/article-23724285-details/The+propaganda+newspapers/article.do

LONDRES DOMINADA POR JORNAIS PROPAGANDA

> Andrew Gilligan assina, no *London Evening Standard*, um retrato impressionante sobre a eclosão, em Londres, de jornais pagos pelos contribuintes e inteiramente consagrados à agenda dos poderes públicos locais, sem espaço para o confronto político. Em nove bairros da capital britânica, estas publicações, lançadas pelas organizações de poder local, estão a secar os jornais independentes, dotados de menos meios para poder competir. Subsidiados com dinheiros públicos, os jornais propaganda proporcionam espaço publicitário mais barato aos anunciantes e são distribuídos gratuitamente. Estão repletos de informação politicamente inócua – programação de cinema e televisão, restaurantes, passatempos, rumores e trivialidades – e de boas notícias, mesmo quando não são verdadeiras.
Gilligan dá o exemplo do *East End Life* (*www.towerhamlets.gov.uk/news/east_end_life.aspx*), de Tower Hamlets, com o dobro das páginas e dos funcionários do rival independente *East London Advertiser* (*www.eastlondonadvertiser.co.uk*). O jornal do governo de Tower Hamlets, gratuito e pago pelo erário público, contribuiu para a queda abrupta do *East London Advertiser*, publicação premiada, nos dois últimos anos, como melhor semanário do Reino Unido mas que viu as vendas cairem de 20 mil para 7.500 exemplares.
Os trabalhistas têm sido os mais empenhados em lançar os jornais propaganda, mas há conservadores que também o fazem. Em Hammersmith and Fulham, o governo lançou o *H&F News* (*www.lbhf.gov.uk*), outro exemplo de jornal onde não cabe a contestação da administração local mas com espaço de sobra para a propaganda e até para a mentira. No *H&F News*, os únicos crimes que são cometidos em Hammersmith and Fulham são aqueles que a polícia local resolve. Sendo que a polícia é um dos principais anunciantes do jornal. O *H&F News* garante que, em Hammersmith and Fulham, a criminalidade tem vindo a baixar, mesmo não sendo verdade. O *H&F News* distribui 75 mil exemplares, enquanto o independente *Hammersmith and Fulham Chronicle* vende 1.500 e continua a cair.
O *London Evening Standard* calcula gastos de dez milhões de libras – 11,7 milhões de euros – dos contribuintes nestes encómios aos poderes londrinos. Que a democracia não agradece.

http://www.ojr.org/ojr/people/robert/200907/1765/

DICAS PARA A INTERNET MÓVEL

> Rober Niles confessa-se, na *Online Journalism Review*, indefectível do iPhone e da Internet móvel, a começar pelos ganhos que lhe têm proporcionado em termos profissionais. É um grande utilizador e, por isso, sente-se autorizado a dar alguns conselhos a quem produz os "sites" para que os utilizadores, cada vez mais, obtenham facilmente nos seus iPhones ou Blackberrys aquilo que procuram.
A regra de ouro é dar às pessoas aquilo que elas pedem e não, como frequentemente acontece, direccionar os pedidos para a primeira página do "site". Onde às vezes nem está o link para aquilo que se pediu!
Niles alerta para a importância de alojar as diferentes versões de um "site" num mesmo URL, aconselha regras de formatação de um "site" móvel e argumenta sobre a vantagem de colocar acessível nos iPhones toda a informação contida nos "sites" normais, em vez de optar por versões "kiddie".
Última regra, mas não menos importante: não forçar as pessoas a procurarem uma aplicação qualquer para verem os conteúdos do "site". Se não estiverem mesmo muito interessadas, desistem logo.

www.ojr.org/ojr/people/larryLTatkins/200907/1763/

O JORNALISMO DEPOIS DE WALTER CRONKITE

> «That's the way it is», afirmava, no final de cada noticiário, Walter Cronkite, o lendário jornalista norte-americano recém-desaparecido. E as pessoas acreditavam. Cronkite foi eleito, em 1972, a figura mais credível da América. Representa, em certa medida, «o padrão ouro» do jornalismo, como lhe chama Larry Atkins, na Online Journalism Review. O jornalismo objectivo, equilibrado e intransigente que se continua a ter como referência. Mas será que continua? Atkins lembra que o jornalismo, depois de Cronkite, passou já por muitas vicissitudes – plágios, notícias falsas, escândalos e controvérsias – que lhe mancharam a reputação. Hoje, até por efeito da vozearia menos ponderada dos blogues e da Internet, há mais tendência para as tomadas de partido declaradas e nem sempre muito reflectidas. Ainda haverá espaço para o jornalismo objectivo? É a questão que o artigo de Atkins coloca. A resposta é do domínio da crença. Também professor de jornalismo, Atkins confrontou os seus alunos com uma vasta gama de serviços noticiosos, uns isentos e outros de tendência liberal ou conservadora, e perguntou-lhes de quais gostavam mais. Os alunos escolheram os isentos. Mas, se calhar, só para agradar ao professor…

FERNANDO DACOSTA

Um jardim para Edite

A substituição do enraizado jornalismo português pela celofánica comunicação social de hoje - ou seja, o esvaziamento da reportagem e da crónica, pilares identitários dele - tem sido acompanhada pela rescisão dos autores que lhe foram referências. Uns por fastio e desinteresse, outros por segregação e desdém.

A recente morte de um dos nomes angulares da grande imprensa, Edite Soeiro, tornou-se, assim, metafórica da transmutação em curso, pelo significado, a nível do simbólico, que representou.

Notabilíssima repórter (a série que escreveu, na década de sessenta, sobre a emigração portuguesa na Europa é antológica), inigualável dinamizadora de equipas (foi a melhor chefe de redacção e directora que tive em quatro décadas de ofício), corajosíssima defensora dos seus valores e dos seus companheiros (vi-a enfrentar, terrífica e magnífica, censores antes do 25 de Abril, comissários políticos depois dele, videirinhos manipuladores a seguir), resistente inquebrável ante adversidades, injustiças, sabujices (que tanta vez se abateram sobre si), Edite Soeiro, a maravilhosa Edite como leitores, jornalistas, artistas, empresários a legendaram, inscreveu o seu nome, desde muito cedo - no Imparcial de Benguela, cidade angolana onde nasceu há 75 anos, na Flama, na Notícia, no Jornal, na Visão - em todas as linhas dignificadoras da classe a que, com indomável ousadia e ímpar exigência, se entregou, se esvaziou.

Discreta e granítica, solidária e implacável, rezingona e sensível, apaixonada e lúcida, ela dilatou-se, esgotou-se por redacções e gerações que iluminou até ao fim.

Pela abertura das suas posições soube afirmar sempre testemunhos irrecusáveis. Sem reservas, sem redes, abriu caminhos próprios contagiando solidariedades, disponibilidades incomuns.

A lealdade, a coerência, a sensatez, a ousadia tornaram-se-lhe balizas inamovíveis.

O pequeno e desgastado corpo que lhe pertenceu encontra-se agora num vaso de cinzas, terra e sementes de árvore que o filho, Luis Barradas (ela foi companheira do nosso colega Acácio Barradas, já falecido), colocou a germinar num jardim - para memória dos muitos que a amaram e para orgulho da história do jornalismo português.

Em Setembro de 2006 foi-lhe entregue pelo Presidente da República, Aníbal Cavaco Silva, o prestigiado prémio Gazeta de Mérito do Clube de Jornalistas, dirigido então por Eugénio Alves. JJ

Discreta e granítica, solidária e implacável, rezingona e sensível, apaixonada e lúcida, ela dilatou-se, esgotou-se por redacções e gerações que iluminou até ao fim.