JORNALISMO & JORNALISTAS

JJ é uma edição do Clube de Jornalistas >> nº 42 Abr/Jun2010 >> 2,50 Euros

TEMAS

Jornalismo Público 2.0

O fim dos tempos ou a reinvenção do Jornalismo?

Os media e a blogosfera (II)

ENTREVISTA

Carlos Camponez

Os jornalistas e a auto-regulação

ANÁLISE

15 anos de ciberjornalismo em Portugal

PORMENOR DE ILUSTRAÇÃO DE FEDRA SANTOS

RFM
CRUZEIRO AEREO 2010
SÓ GRANDES MÚSICAS.
Petra - Cairo - Luxor - Sahara
EXCLUSIVO: HALCON VIAGENS
18 a 25 de SETEMBRO
LISBOA
TUNÍSIA
EGIPTO
JORDÂNIA

Preço garantido para reservas até 30 de Junho

PREÇO POR PESSOA 2.300€ EM QUARTO DUPLO

Amã / Petra / Cairo / Luxor / Sahara (Jordânia, Egipto e Tunísia)

Suplemento quarto individual: 500€

Preço inclui: Avião privativo desde Lisboa com a White; transfers; Hotéis 5*****;
Pensão Completa (conforme programa);
Visitas incluídas a Amã, Monte Nebo, Madaba, Kerak, Petra, Cairo, Luxor, Chebika, Tamerza.
Passeio 4X4 pelo deserto. Taxas de aeroporto.

Consulte programa detalhado em halcon.pt

EXCLUSIVO

HALCON VIAGENS

Informações e reservas:
707 200 201 | halcon.pt

Nº 42 ABRIL/JUNHO 2010

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 (UNL / CIMJ)
Bruno Horta (FREELANCE)
Carina Fonseca (FREELANCE)
Carla Baptista (UNL / CIMJ)
Fábio Teixeira (FREELANCE)
Francisco Torrão (DESIGNER FREELANCE)
Hélder Bastos (UNIV. PORTO / CIMJ)
Helena de Sousa Freitas (LUSA)
Luís Humberto Teixeira (FREELANCE)
Mário Rui Cardoso (ANTENA 1)
Nair Alexandra (FREELANCE)
Paulo Nuno Vicente (ANTENA 1 / Doutorando UT Austin-Portugal)
Silas de Oliveira (FREELANCE)

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

SUMÁRIO

6 TEMA 1
Jornalismo Público 2.0
O FIM DOS TEMPOS OU A REINVENÇÃO DO JORNALISMO?
A proposta de um Jornalismo dos Cidadãos baseia a sua força argumentativa numa (re)ligação entre jornalistas e cidadãos, tecnologicamente sustentada pela irrupção do que se vem designando por uma Web 2.0. A centralidade de uma agenda do cidadão convoca, dessa forma, um forte paralelismo com o Jornalismo Cívico/Público, surgido nos finais da década de 1980, nos Estados Unidos da América. **Por Paulo Nuno Vicente**

14 TEMA 2
OS MEDIA E A BLOGOSFERA
CONFLITO EM PÚBLICO? (II)
Por Helena de Sousa Freitas

28 ANÁLISE
15 ANOS DE CIBERJORNALISMO EM PORTUGAL
Os média noticiosos portugueses começaram a desembarcar na Internet em meados da década de 90 do século passado. Numa primeira fase, com muitas hesitações. Depois, na viragem do século, com excesso de optimismo e investimento a mais. Logo a seguir, veio a depressão, seguida de um longo período de relativa estagnação, que se arrastou praticamente por toda a primeira década do século XXI. O balanço está longe de poder ser positivo. **Por Helder Bastos**

40 ENTREVISTA
CARLOS CAMPONEZ
"Os jornalistas são um pouco desleixados com a sua auto-regulação"
Por Carina Fonseca

JORNAL

[50] Ciência, política e media **Por Ana Jorge**

[54] Juan Gelman **Por Carla Baptista**

[56] Opinião **Por Bruno Horta**

[58] Livros **Por Silas Oliveira e Carla Baptista**

[62] Sites **Por Mário Rui Cardoso**

66 CRÓNICA
Por Nair Alexandra

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

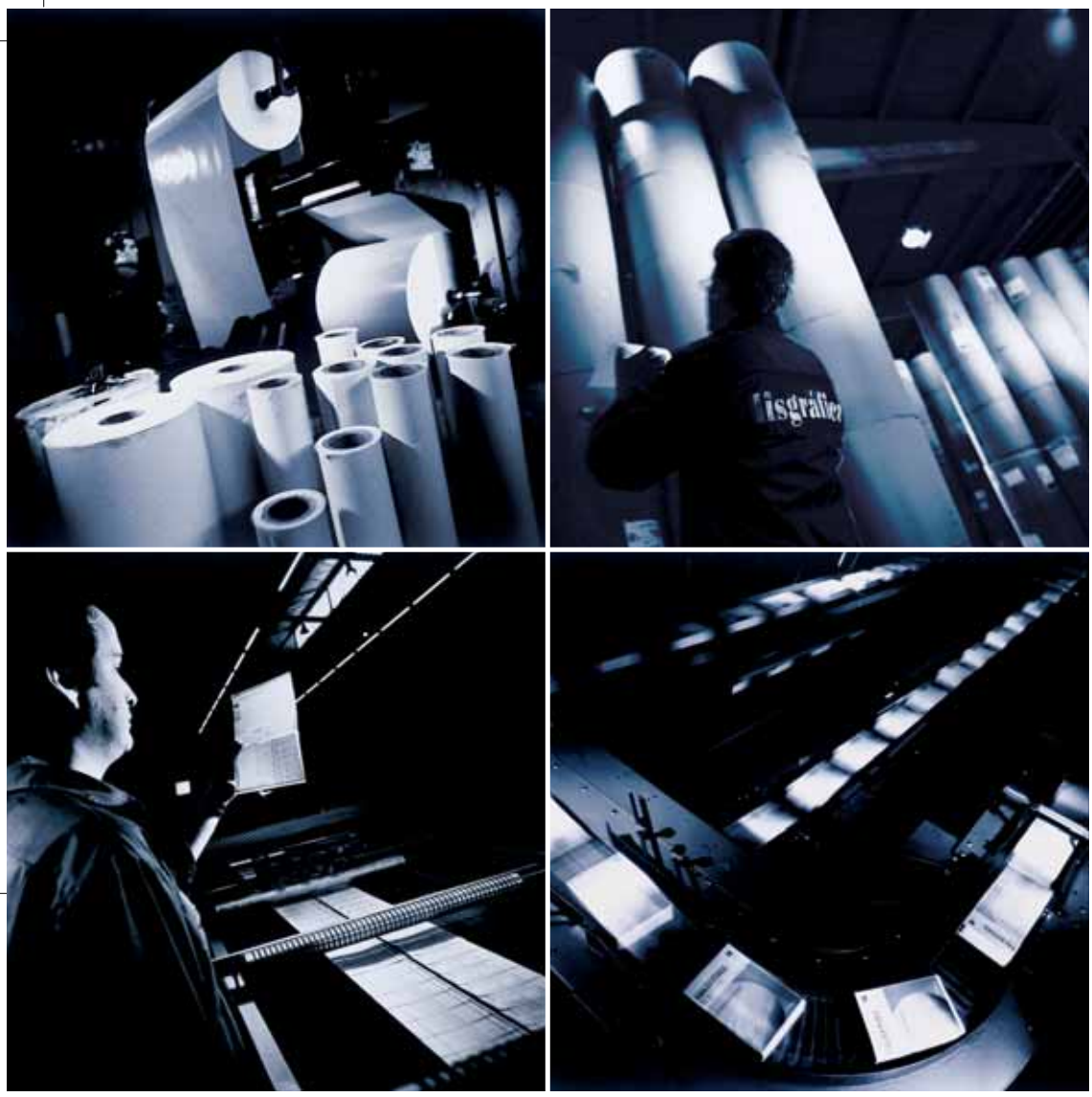
(INCLUI PORTES DE CORREIO)

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



A Lisgráfica imprime mais de 15 milhões de exemplares por semana de revistas, jornais, listas telefónicas e boletins.

A Lisgráfica é a maior indústria gráfica da Península Ibérica. Apenas na área de publicações, é responsável pela impressão de mais de 100 títulos diferentes. O que significa dizer que todos os dias a maioria dos portugueses tem contacto com os nossos produtos.

lisgráfica

TEMA 1

Jornalismo Público 2.0

O fim dos tempos ou a reinvenção do Jornalismo?

A proposta de um Jornalismo dos Cidadãos baseia a sua força argumentativa numa (re)ligação entre jornalistas e cidadãos, tecnologicamente sustentada pela irrupção do que se vem designando por uma Web 2.0. A centralidade de uma *agenda do cidadão* convoca, dessa forma, um forte paralelismo com o Jornalismo Cívico/Público, surgido nos finais da década de 1980, nos Estados Unidos da América. Que possibilidades e desafios são trazidos pela incorporação de tecnologias móveis digitais - em particular, do telemóvel - nas rotinas de produção noticiosa?

Texto **Paulo Nuno Vicente** Ilustração **Francisco Torrão**

Wi Fi

Num sábado chuvoso, em Junho de 1997, o Harvard Faculty Club serviu de ponto de encontro para várias dezenas de jornalistas e investigadores universitários. Na agenda estava um debate alargado sobre a prática do Jornalismo norte-americano e da sua relação com um *interesse público alargado*: o Jornalismo estava a diluir-se, progressivamente a tornar-se indistinto, mergulhando nas águas mais vastas, híbridas, das formas de comunicação concorrentes.

O debate seria orientado para o corpo de um livro. E o grupo haveria de ganhar nome próprio: *Commitee of Concerned Journalists*[1] . Durante três anos, Bill Kovach e Tom Rosentiel coordenaram um projecto de investigação dedicado a descrever a teoria e a cultura do Jornalismo praticado nos Estados Unidos da América: 21 debates públicos, com a presença de 3000 pessoas e o testemunho de mais de 300 jornalistas, uma série de entrevistas, conduzidas por investigadores universitários, a mais de 100 profissionais do Jornalismo e mais de uma dezena de estudos seriam vertidos para a obra *Os Elementos do Jornalismo: O que os profissionais do Jornalismo devem saber e o público deve exigir* (Kovach & Rosentiel, 2004).

No final do projecto de investigação Kovach e Rosentiel apuraram nove fundações, nove princípios "que se esbateram ou diluíram ao longo dos tempos, mas que estiveram sempre presentes" (p. 9) no Jornalismo profissional exercido nos EUA: a primeira obrigação do Jornalismo é para com a verdade; o Jornalismo deve manter-se leal, acima de tudo, aos cidadãos; a sua essência assenta numa disciplina de verificação; aqueles que o exercem devem manter a independência em relação às pessoas que cobrem; deve servir como um controlo independente do poder; deve servir de fórum para a crítica e compromisso públicos; deve lutar para tornar interessante e relevante aquilo que é significativo; deve garantir notícias abrangentes e proporcionadas; aqueles que o exercem devem ser livres de seguir a sua própria consciência.

Pela sua proposição genérica, vagamente normativa, estes nove elementos - redigidos, interpretados e cumpridos com nuances, mais ou menos, consideráveis por todo o mundo - consubstanciam um edifício de valores germinais partilhados pelo Jornalismo. Em rigor, é precisamente a diversidade de apropriações destes princípios genéricos que estimula um dos mais abrangentes e concertados projectos de investigação - *Worlds of Journalism* [2] - implementado em 18 países distintos, com o objectivo de referenciar e desconstruir as diversas culturas jornalísticas numa grelha de dimensões comuns.

No que se refere à relação entre o Jornalismo e a Sociedade, em particular à luz dos processos de digitalização - átomos transformados em bits como ADN da informação (Negroponte, 1995) - a rápida disseminação da noção de convergência complexificou a equação. Num ecossistema comunicacional onde proliferam conteúdos que atravessam plataformas *(cross-plataform)*, o termo serve frequentemente de atalho para designar a velocidade a que se fundem os desenvolvimentos na tecnologia, nos mercados, na produção, no conteúdo e na recepção.

O Jornalismo vive hoje um tempo de redefinição, uma tensão entre a *desestruturação*, "o desunir de muito do que até aqui estava assemblado e que constituía até há pouco tempo uma fórmula vencedora", e a *reestruturação*, "a inovação e a procura de novas e duradouras assemblagens" (Demers, 2007: 29). Pelo prisma dos *modelos de negócio*, uma das fundamentais linhas de interpretação é a de que a reestruturação pode implicar uma considerável *desestruturação* socioeconómica (falências, encerramento de empresas, despedimentos, mão-de-obra precária).

O Jornalismo vive hoje um tempo de redefinição, uma tensão entre a desestruturação, "o desunir de muito do que até aqui estava assemblado e que constituía até há pouco tempo uma fórmula vencedora", e a reestruturação, "a inovação e a procura de novas e duradouras assemblagens."

Se atendermos, como sugere Demers, que a informação jornalística é composta pela actualidade, pela expressão pública e pela autoridade editorial, fica claro que o (res)surgimento da retórica normativa de um Jornalismo dos Cidadãos, na última década, vem prestar um contributo central para a tensão desestruturação /reestruturação.

Se atendermos, como sugere Demers, que a informação jornalística é composta pela actualidade, pela expressão pública e pela autoridade editorial, fica claro que o (res)surgimento da retórica normativa de um Jornalismo dos Cidadãos, na última década, vem prestar um contributo central para a tensão *desestruturação /reestruturação.*

O debate da noite chuvosa, no Harvard Faculty Club, mantém a sua actualidade; em rigor, revalidada à luz da digitalização dos processos jornalísticos. Os profissionais da área consideram que o Jornalismo é, ainda, de algum modo, diferente de outras formas de comunicação? Onde identificam as diferenças? Consideram que o Jornalismo precisa de mudar? Mantendo ou não alguns princípios basilares? E quais?

O JORNALISMO CÍVICO E O JORNALISMO PÚBLICO

Será o Jornalismo dos Cidadãos uma proposta profundamente nova ou a remediação de uma ideia reiteradamente latente?

O tema encontra fortes antecedentes e protagonistas comuns na proposta de um Jornalismo Cívico - posteriormente, denominado Jornalismo Público - surgido em finais de 1980 e inícios de 1990, nos Estados Unidos. Emerge associado a uma tentativa de reposicionar o paradigma do jornalismo político, em particular, o do jornalismo praticado durante as campanhas eleitorais. Ele parte da evidência de seis toques de alarme [3] (Rosen, 1994): a queda da leitura e a incerteza publicitária (económico), a indefinição do lugar do jornalista num sistema de comunicações amplamente reconfigurado (tecnológico), a Imprensa como parte de uma classe política enfraquecida (político), as redacções como espaços de inovação, democracia e diversidade limitadas (ocupacional), a ausência de uma visão afirmativa da vida pública (espiritual) e um vocabulário jornalístico empobrecido (intelectual).

O Jornalismo Público não pretende, contudo, um simples diagnóstico; ele assume um ponto de partida programático, propõe específicas linhas de acção. Pelos termos de Rosen (p. 44), ele é uma "verdade praticável" que procura restaurar a ideia de um público activo na imaginação política dos jornalistas. Fá-lo através de um reforço da ética comunitarista - um bem comum como alternativa aos direitos individuais - estabelecendo no seu epicentro a edificação de uma *agenda do cidadão* ou, por outros termos, um *agenda-setting dos cidadãos*.

Esse levantamento de uma *agenda de temas cívicos* procura (re)fundar uma relação de diálogo dirigida à solução dos problemas concretos do quotidiano, i.e., esta deslocação do pólo informativo da *notícia* para a *cidadania* assume a edificação de um *jornalismo de proximidade* (Camponez, 2002) baseado na redescoberta dos valores comunitários como resposta ao "universalismo, à crise do racionalismo, a uma certa crítica do Homem unidimensional, à falta de respostas nas burocracias dos aparelhos de Estados e da administração pública, ao ruir do mundo dividido em blocos" (p. 160).

Essa revolução coperniciana sugere, pois, que o jornalista não se resuma à função do observador, situado no palco privilegiado das *elites sociais*, e passe a situar-se *entre os cidadãos*. Ao evidenciar essa tendência comunitarista (Mesquita, 2003), o Jornalismo Público procura uma "reforma da cidadania e reformulação do jornalismo" (p. 26) ou, mais claramente, uma reforma da cidadania através da reformulação do jornalismo.

A WEB 2.0 E O JORNALISMO DOS CIDADÃOS

Se, até ao início da primeira década de 2000, as reivindicações de uma aproximação do Jornalismo à realidade

Os profissionais da área consideram que o Jornalismo é, ainda, de algum modo, diferente de outras formas de comunicação? Onde identificam as diferenças? Consideram que o Jornalismo precisa de mudar? Mantendo ou não alguns princípios basilares? E quais?

social que reporta cabiam, fundamentalmente, a sectores descontentes de jornalistas profissionais, a investigadores universitários e a alguns sectores da sociedade civil e política - por exemplo, a Comissão MacBride criada pela UNESCO - veremos, de seguida, como a proposta de um Jornalismo dos Cidadãos convoca agora exigências directas por sectores sociais até aqui conhecidos como o *público*, e como essas reivindicações utilizam um argumento de legitimidade baseado na *liberalização tecnológica* da produção de discursos.

Uma compreensão apurada das propostas do Jornalismo dos Cidadãos é indissociável da realidade *tecno-social* da denominada Web 2.0. Em boa medida, ela aproxima-se daquilo que Tim Berners-Lee idealizou como sendo uma *Read/Write Web*, i.e., um sistema global hipertextual, baseado na Internet e pensado para a combinação de conhecimentos, que os utilizadores podem, simultaneamente, consultar (ler) e criar (escrever).

Nessa exacta medida, "o valor do software é proporcional à escala e dinamismo dos dados que ajuda a gerir" (O'Reilly, 2005). Esse é o mantra essencial desta segunda idade da Web: uma dinâmica pela qual os utilizadores geram valor-acrescentado, testam novos serviços em tempo real, dando forma a uma *inteligência colectiva* - de que a *Wikipedia* é o mais evidente exemplo - pelo que prescindem de alguns direitos de propriedade intelectual tradicionalmente reservados (*Creative Commons*). Esta arquitectura de participação é reforçada por um modelo de personalização (RSS) e de constância (*permanent link*), em que os dados são remisturáveis e transformados (*mashup*).

Este novo hibridismo técnico sugere, pois, um novo hibridismo social. É esse o entendimento que dele extraem os proponentes de uma *revolução* entre as noções de *amador* e *profissional* (Leadbeater & Miller, 2004): "um Pro-Am prossegue uma actividade como um amador, sobretudo pelo amor a ela, mas estabelece critérios profissionais. Os Pro-Ams não ganharão mais do que uma pequena porção dos seus rendimentos com base no seu passatempo, mas prosseguem-no com a dedicação e o compromisso associados a um profissional. Para os Pro-Ams, o lazer não é o consumismo passivo, mas activo e participativo; envolve o estabelecimento de conhecimentos e perícias publicamente acreditadas, frequentemente construídas ao longo de uma longa carreira" (p. 20).

A digitalização associada à Web 2.0 aprofunda a tensão desestruturação/reestruturação ao problematizar a diferenciação entre *profissionais*, *amadores* e *amadores com critérios profissionais*. Será este um novo *híbrido social* ou antes uma permanência histórica que, assente nas corporizações da Web 2.0, encontra novas formas de expressão internacional?

Longe de ser uma criação intelectual da década de 2000, o Pro-Am recupera a ideia de um *prossumidor (prosumer)*, avançada há trinta anos (Toffler, 1980). Em boa medida, sugere o autor, coube à Revolução Industrial tornar clara a distinção que, de resto, é expressiva se observarmos as práticas de agricultura de subsistência: o indivíduo consome o que produz. Até certo ponto, o Jornalismo dos Cidadãos propõe esse mesmo modelo de autarcia informativa.

Seguindo os exactos termos de Toffler: "um modo mais revelador de pensar sobre a economia é o de entendê-la como tendo dois sectores. O Sector A abrange todo o trabalho não-remunerado feito directamente pelas pessoas para elas próprias, para as suas famílias, ou para as suas comunidades. O Sector B compreende toda a produção de bens e serviços para venda ou troca através de uma rede de troca ou mercado" (p. 266).

Na exacta medida em que a Web 2.0 pôs, em boa medida, fim à invisibilidade daquele Sector A, a tensão *desestruturação/reestruturação* no actual ecossistema comunicacional sugere, pois, uma *terceira vaga* capaz de superar a

A digitalização associada à Web 2.0 aprofunda a tensão desestruturação/reestruturação ao problematizar a diferenciação entre profissionais, amadores e amadores com critérios profissionais. Será este um novo híbrido social ou antes uma permanência histórica que, assente nas corporizações da Web 2.0, encontra novas formas de expressão internacional?

oposição entre os dois sectores, o que se poderá chamar de *Jornalismo Colaborativo*, o fenómeno que Toffler, na década de 1980, apelidava de "uma nova era de síntese" (p. 130) ou, avançando para a remistura, um *Jornalismo Público 2.0*.

Recuperando a proposta de Jay Rosen (1994), esta hipótese exige uma nova inteligência sobre os assuntos sociais. Pelo prisma das fontes de informação, os jornalistas são confrontados com um alargamento dos "cérebros de confiança" disponíveis (p. 38). Ao mesmo tempo, com as metamorfoses promovidas pela Web 2.0, a linha entre o jornalismo e as publicações pessoais torna-se difusa (Lasica, 2003), "graças a novas ferramentas ubíquas que tornam possível que qualquer pessoa possa publicar e reportar notícias".

O que a Web 2.0 sugere é, pois, uma *autoridade editorial dispersa*. Essa *retórica de legitimidade* parte frequentemente de pressupostos identificáveis: o lugar da enunciação - de baixo para cima, o *grassroots journalism* de Gillmor (2005), *a agenda do cidadão* de Rosen; o número - seguindo uma lógica de raciocínio em que *mais vozes* (quantidade) correspondem a *vozes distintas* (qualidade).

NOVAS APROPRIAÇÕES SOBRE O ESPAÇO E O TEMPO

A noção de media locativos - "dispositivos informacionais digitais cujo conteúdo da informação está directamente ligado a uma localidade" (Lemos, 2007) - implica uma relação entre lugares e dispositivos móveis inédita. De todos os aparelhos disponíveis, o telemóvel é o mais generalizado: se, nos países de altos rendimentos, ele alcançou um estatuto de quasi-ubiquidade, nos países de médios e de baixos rendimentos ele revela-se uma primeira forma de conectividade em rede.

O telemóvel é, nessa medida, o "único aparelho universal" (Ahonen, 2008): um sétimo meio de comunicação de massa, um quarto ecrã (p. 49). Apesar disso, os estudos jornalísticos não têm considerado a sua dimensão mediática; possivelmente, porque essa cultura do telemóvel (Goggin, 2006) é percebida como "uma espécie de cultura popular, entendida como uma cultura baixa e vulgar das multidões. Enquanto isso, o facto é que ele tem usos instrumentais e responde a determinadas necessidades" (p. 205).

Em boa medida, essa cultura do telemóvel é fatia do bolo maior de uma cultura da convergência (Jenkins, 2006), "onde os novos e os velhos media colidem, onde os media de base e empresariais se intersectam, onde o poder do produtor de media e o poder do consumidor de media interagem de forma imprevisível (p. 2).

Estas novas mobilidades - um mundo social progressivamente móvel que altera a natureza da interacção e da organização social (Green & Haddon, 2009) - derivam de uma computação ubíqua (Weiser, 1991), i.e., uma informatização que se infiltra no quotidiano e que, até certo ponto, se torna indistinguível dele.

O telemóvel generalizou consideravelmente a portabilidade das ligações sociais (Chayko, 2008), "as comunidades são agora facilmente tornadas móveis e podem ser construídas, mantidas e acedidas de praticamente qualquer sítio a qualquer hora" (p. 5). Estamos, pois, diante não apenas de comunidades interactivas (Web 2.0), mas de comunidades portáteis.

Pelo prisma tecnológico do Jornalismo, ao entrarmos num tal "ambiente móvel de produção" (Silva, 2007), pela qual, "com essa estrutura disponível, o jornalista alcança a mobilidade para narrar as notícias *in loco* e em tempo real, sem a necessidade de deslocamento até à redacção para edição do material" (p. 6), chegamos a um tempo de *MoJos (mobile journalists)* e de *LoJos (locative journalists)* em que o telemóvel - de forma geral, as tecnologias móveis, como *notebooks* e *netbooks* - assume o estatuto interactivo de um *lugar-objecto*.

Nesse sentido, estaremos cada vez mais distantes de

O que a Web 2.0 sugere é uma autoridade editorial dispersa. Essa retórica de legitimidade parte frequentemente de pressupostos identificáveis: o lugar da enunciação - de baixo para cima, o grassroots journalism de Gillmor (2005), a agenda do cidadão de Rosen; o número - seguindo uma lógica de raciocínio em que mais vozes (quantidade) correspondem a vozes distintas (qualidade).

um telemóvel unívoco; ele é (quase) tudo - máquina fotográfica e de vídeo, televisão e cinema, leitor de música, correio electrónico, mensagens escritas e multimédia, WAP, GPS… - aproximando-se do estatuto de central de comunicações no bolso ou, como escreve Lemos (2004), "um controlo remoto para diversas formas de acção no quotidiano".

É, pois, a intermediação jornalística que volta a ser questionada, não apenas pela compressão sugerida pela instantaneidade adoptada enquanto valor jornalístico, mas por uma nova disseminação pública (Green & Haddon, 2009) que além de interactiva é *mobilizada*.

São uma vez mais as relações de poder entre jornalistas e públicos a evidenciarem a sua centralidade (Ling & Donner, 2009), na exacta medida em que "fica claro que o telemóvel faz parte de um movimento de jornalismo "dos cidadãos" ou "participativo", que é nalguns casos mais directo, mais aberto ao comentário público do que as formas tradicionais, e está a fornecer ao consumidor de notícias abordagens alternativas sobre os acontecimentos" (p. 119).

Como já apontam alguns estudos (Gordon, 2007), a relevância do telemóvel em momentos críticos é considerável se a percebermos enquanto "ferramenta importante, para documentar e reportar acontecimentos de testemunhas e dos que estejam envolvidos" (p. 307), para além dos limites de censura impostos à Liberdade de Imprensa pelos processos de transferência de tecnologia associados a convergências políticas autoritárias.

Ilustram esta tendência projectos colaborativos de georeferenciação como Ushahidi - "testemunho" em Swahili - implementados, a exemplo, no Quénia, República Democrática do Congo, Haiti, EUA, Uganda, Malawi e Zâmbia, na Faixa de Gaza ou iniciativas de fiscalização móvel de eleições, como a que foi estimulada em Moçambique (Outubro de 2009) pelo Centro de Integridade Pública e pela Associação de Parlamentares Europeus para África (Awepa).

A prática do que se auto-aproxima de uma *reportagem informal* (Robinson & Robison, 2006) transporta, contudo, sérios riscos de uma *paparazzização* das comunicações, na exacta medida em que "a recolha cooperativa de informação vai continuar a diluir a linha entre o amador e o profissional" (p. 99).

A necessidade de *gerir comunidades portáteis* talvez nunca tenha confrontado de modo tão expressivo o Jornalismo. Essa gestão, à luz dos dispositivos móveis, evidencia os limites da retórica libertária de que *tudo é jornalismo*, ao mesmo tempo que demonstra as insuficiências de um *jornalismo palestra* fechado sobre si mesmo.

UM NOVO "NOVO JORNALISMO"?

A tensão *desestruturação/reestruturação* no Jornalismo, subsidiada pela Web 2.0, é potenciada pelo uso das tecnologias móveis na produção e na recepção de conteúdos informativos. Se todos os jornais cabem agora no bolso (Fidalgo & Canavilhas, 2009), é igualmente certo que a proliferação diluviana das torrentes comunicacionais que partem das comunidades portáteis vem estimulando uma compressão libertária da Ética e da Deontologia jornalísticas.

O abalo sísmico tem, pois, epicentro no exercício de poder da intermediação jornalística - um questionamento directo à sua capacidade de *monitorização*. Se, em parte, o que o Jornalismo dos Cidadãos sugere é uma *relocalização* das formas de participação pública - das suas geografias (espaço) e ritmos (tempo) - podem as tecnologias móveis operar como uma (re)legitimação do jornalismo?

Nesse ponto, a ideia de um *jornal mutualista* exige mais do que a dicotomia *velhos media VS novos media*, e está para além de um duelo nós *jornalistas profissionais VS eles jornal-*

A necessidade de gerir comunidades portáteis talvez nunca tenha confrontado de modo tão expressivo o Jornalismo. Essa gestão, à luz dos dispositivos móveis, evidencia os limites da retórica libertária de que tudo é jornalismo, ao mesmo tempo que demonstra as insuficiências de um jornalismo palestra fechado sobre si mesmo.

Corresponderá o Jornalismo dos Cidadãos a um ímpeto comunitarista emergindo do coração das sociedades democráticas liberais? Ou, pelo contrário, a um reforço desse liberalismo enquanto agregação torrencial de "agendas do cidadão" individualizadas e desinteressadas do bem comum?

istas cidadãos. A equação deve ser reelaborada pela universidade, reposta à experimentação pela indústria; a união dos dois contributos permitirá o apuramento, a descrição e a categorização da multiplicidade de manifestações de um *jornalismo conversação*; e com base nisso, a estabilização de um quadro realista de normativas.

Precisamos, pois, de reavivar e rever uma literacia dos media (Gillmor, 2009a), "numa era de saturação mediática, no centro de um ecossistema de jornalismo e informação comunitária em desenvolvimento" (p. 1).

Corresponderá o Jornalismo dos Cidadãos a um ímpeto comunitarista emergindo do coração das sociedades democráticas liberais? Ou, pelo contrário, a um reforço desse liberalismo enquanto agregação torrencial de "agendas do cidadão" individualizadas e desinteressadas do bem comum?

Esta proposta será tão mais autoritária quanto sirva, simultaneamente, para examinar as diferentes manifestações exibidas dentro das tradicionais formas de exercício do Jornalismo. Não será tanto um debate sobre um *medium*, antes sobre as apropriações sociais que dele são feitas.

Um dos problemas de postular, genérica e acriticamente, que as pessoas anteriormente conhecidas como o público (Rosen, 2006) são jornalistas corresponde ao de diluir, na origem, a diferença entre *autenticidade dos factos, mecanismos de verificação* e *normativas ético-deontológicas*.

Se o Jornalismo dos Cidadãos pode ser perspectivado pelo prisma da indústria, da audiência e de uma cultura da convergência (Deuze, 2009), deve, pois, assumir-se que ele não é, neste momento, tanto um conceito estabilizado, quanto uma diversidade de variações práticas com base em algumas ideias partilhadas; lembrando, como propunham Kovach e Rosentiel, há mais de uma década, numa noite chuvosa passada no Harvard Faculty Club, que o Jornalismo não se justifica a si próprio, mas pelas consequências sociais (benefícios, prejuízos) que gera. JJ

Notas

1) Comissão de Jornalistas Preocupados

2) http://www.worldsofjournalisms.org/

3) Apurados no decurso da investigação *Project on Public Live and the Press*, levado a cabo entre 1990 e 1992.

4) Consultar http://lojoconnect.com

Referências

- Ahonen, T. T. (2008). *Mobile as 7th of the Mass Media: cellphone, cameraphone, iPhone, smartphone*. London: FutureText.
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional*. Coimbra: MinervaCoimbra.
- Chayko, M. (2008). *Portable Communities: the social dynamics of Online and Mobile Connectedness*. New York: SUNY Press.
- Deuze, M. (2009). The Future of Citizen Journalism. In S. Allan & E. Thorsen (Eds.), *Citizen Journalism: Global Perspectives*. New York: Peter Lang.
- Fidalgo, A., & Canavilhas, J. (2009). *Todos os jornais no bolso: Pensando o jornalismo na era do celular.* Paper presented at the 1.º Encontro da Montanha.
- Gillmor, D. (2005). *Nós, os Media*. Lisboa: Presença.
- Gillmor, D. (2009a). Toward a (New) Media Literacy in a Media Saturated World. In Z. Papacharissi (Ed.), *Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication*. New York: Routledge.
- Goggin, G. (2006). *Cell Phone Culture: mobile technology in everyday life.* New York: Routledge.
- Gordon, J. (2007). The Mobile Phone and the Public Sphere: Mobile Phone Usage in Three Critical Situations. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 13(3), 307-319.
- Green, N., & Haddon, L. (2009). *Mobile Communications: an introduction to new media*. New York: Berg.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- Kovach, B., & Rosentiel, T. (2004). *Os Elementos do Jornalismo: O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.
- Lasica, J. D. (2003). What is Participatory Journalism? Retrieved 6.12.2009, from http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php
- Leadbeater, C., & Miller, P. (2004). *The Pro-Am Revolution: How enthusiasts are changing our economy and society:* DEMOS.
- Lemos, A. (2004). Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão. *Razón y Palabra*. Retrieved from http://www.razonypalabra.org.mx /anteriores/n41/alemos.html
- Lemos, A. (2007). Mídia Locativa e Territórios Informacionais. Retrieved from http://www.facom.ufba.br/ ciberpesquisa/andrelemos/midia_locativa.pdf
- Ling, R., & Donner, J. (2009). *Mobile Communication*. Cambridge: Polity Press.
- Mesquita, M. (2003). As tendências comunitaristas no jornalismo cívico. In N. Traquina & M. Mesquita (Eds.), *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. New York: Vintage Books.
- O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. Retrieved 19.02.2010, from http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html
- Robinson, W., & Robison, D. (2006). Tsunami Mobilizations: Considering the role of mobile and digital communication devices, citizen journalism, and the mass media. In A. Kavoori & N. Arceneaux (Eds.), *The cell phone reader: essays in social transformation*. New York: Peter Lang.
- Rosen, J. (1994). Tornar a vida pública mais pública: sobre a responsabilidade política dos intelectuais dos media. In N. Traquina & M. Mesquita (Eds.), *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Rosen, J. (2006, 20.02.2010). The People Formerly Known as the Audience. http://journalism.nyu.edu/pubzone/ weblogs/pressthink/2006/06/27/ppl_frmr.html
- Silva, F. F. d. (2007). *Tecnologias Móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao mainstream*. Paper presented at the 5.º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da SBPJor.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: Bantam Books.
- Weiser, M. (1991). The Computer for the 21st Century. Retrieved 15.01.2010, from http://www.ubiq.com/hypertext/ weiser/SciAmDraft3.html

Esta é segunda e última parte do dossiê "Os media e a blogosfera". Tendo uma leitura autónoma, as duas partes são complementares, pelo que aconselhamos os leitores interessados no tema a lerem também a primeira parte, publicada no número anterior da JJ

Simbiose ou parasitismo? Blogues e agenda mediática

O tema é regular em debates e encontros mas o consenso parece difícil, mesmo entre os profissionais com presença nos dois terrenos. Afinal, os jornalistas "picam" os blogues e fazem-se donos da notícia? Ou o procedimento é inverso? E, em termos de agenda, quem dita e quem segue? Admitir que se consulta a blogosfera causa embaraço nas redacções?

Textos **Helena de Sousa Freitas**

A tendência actual ainda é para serem "as agendas mediáticas a influenciar os blogues", defende Dina Soares, da Rádio Renascença, assegurando não os utilizar como fontes "directas ou indirectas" nem conhecer jornalistas que a eles recorram com esse intuito.

António Granado tem outra opinião, suspeitando que, nas redacções, "há receio de admitir que se utilizam blogues para recolher informação".

Num momento em que a influência da blogosfera na agenda mediática "já ocorre", embora seja "ainda muito limitada", o ex-editor do Publico.pt assinala que há blogues de media "que valem muitas vezes mais do que muitas páginas de jornais". Há igualmente "muitos blogues de ciência que são do melhor que se produz na Internet" e outros tantos de tecnologia "que ganharam uma credibilidade bastante superior às páginas dos grandes órgãos de informação mundiais".

E, salientando à JJ que "há muito boas vozes e muito más vozes" na blogosfera, o autor do blogue Ponto Media considera que "dar voz ao que é mau seria péssimo, dar voz ao que é bom só ajuda a melhorar o jornalismo".

Também jornalista e *blogger*, José Mário Silva, segundo quem "hoje em dia todos os directores de jornais e todos os editores acompanham de perto o que se passa não só na blogosfera como no Twitter e nas redes sociais", considera que a Net se tornou "uma fonte infinita de factos e tendências noticiosas, explorada e canibalizada a toda a hora pelos media tradicionais".

Para o autor do blogue Bibliotecário de Babel, que se confessa um seguidor da blogosfera – até por ser aí que surgem, amiúde, "certas notícias em primeira-mão" –, neste momento a questão já não é "saber quem vai à Internet procurar factos e ideias (vão todos), mas saber quem os procura melhor".

O BLOGUE COMO FONTE COMPLEMENTAR

Acreditando que a maioria dos jornalistas "utiliza blogues como fontes de informação, quer directa quer indirectamente", muitas vezes "sem lhes darem o devido crédito", José Mário Silva, coordenador da secção de livros da revista Actual, do Expresso, e colaborador permanente da Ler, é da opinião que também o público já olha para estes espaços "com menos desconfiança".

São, talvez, "fontes de informação alternativas", sugere Carla Maia de Almeida, freelancer e dinamizadora do blogue O Jardim Assombrado, que reconhece, sem problemas, dar uso a estas ferramentas, "normalmente como citação e sempre com referência à origem", já que a utilização de informações obtidas na blogosfera sem indicação da proveniência é comparável a um "plágio".

Um roubo intelectual que João Paulo Meneses, durante cinco anos animador do Blogouve-se, reconhece existir por parte da classe jornalística mas cuja prática também rejeita. Declarando que, no geral, "há cada vez mais gente a procurar informações nos blogues", o jornalista da TSF assinala, contudo, que "o anonimato não ajuda" a validar estes espaços.

Talvez por isso, Miguel Carvalho, grande repórter na Visão, aconselhe "redobradas cautelas". "Um dado ou pista proveniente de um blogue é apenas parte de um processo de recolha, investigação e contraste de informação", sublinhou à JJ.

"Pretender que uma qualquer informação retirada de

LUÍS HUMBERTO TEIXEIRA

"Todos os directores de jornais e todos os editores acompanham de perto o que se passa não só na blogosfera como no Twitter e nas redes sociais."

José Mário Silva

um blogue é automaticamente notícia, é fraudulento", embora também não seja admissível "picar" a blogosfera e tornar o material aí obtido propriedade própria, alerta o jornalista, que marca presença no meio com A Devida Comédia.

"Se uma pista ou informação dada por um blogue foi credível e ajudou a sustentar uma notícia, devemos citá-lo", frisa, lamentando que "a vontade de mostrar serviço, o desleixo e a irresponsabilidade jornalística" por vezes levem à ocultação da origem de certos dados, fazendo dos blogues "parentes pobres do processo de tratamento informativo", em lugar das fontes complementares em que estes "podem e devem" constituir-se, até por alguns serem "bastante úteis".

Podemos, então, falar de uma influência dos blogues na agenda dos órgãos tradicionais? Miguel Carvalho é peremptório: "Sim e cada vez mais. O que está a levar-nos por caminhos perigosos".

"As redacções quase deixaram de ter uma agenda própria. Vamos muito atrás da agenda das instituições e dos protagonistas, resultando em informação requentada e muito igual na generalidade da imprensa. O resto do tempo é gasto a passar alguns blogues e sites a pente fino, sem sair da secretária", critica, concluindo: "O jornalismo do Portugal sentado está a levar a melhor e isso talvez explique porque muitos leitores fogem. Estamos a precisar de olhar mais para a rua e menos para o computador e é pena que os grupos detentores dos media estejam cada vez menos dispostos a investir nisso".

"BÁLSAMO" FACE AOS MEIOS CONVENCIONAIS

Neste contexto, pode a blogosfera emergir como alternati-

"Em certas áreas, há até mais informação nos blogues do que nos jornais. E informação nova."

Pedro Mexia

LUÍS HUMBERTO TEIXEIRA

LEI SECA

va aos órgãos ditos convencionais? João Paulo Meneses faz prontamente a destrinça, afirmando que os blogues são "um meio alternativo e válido, mas não jornalismo". "É normal que coexistam e que possam coexistir cada vez mais, mas são coisas diferentes e devem manter-se diferentes", complementa.

A verdade é que, embora no estrangeiro "alguns *bloggers* já tenham um estatuto intermédio entre o convidado e o jornalista", por vezes conseguindo acreditações para eventos como se fossem imprensa, entre nós a realidade é muito distinta, sendo "pouco provável que haja jornalismo sério a ser feito nos blogues enquanto não houver um rendimento associado", assinala Pedro Mexia, cronista e crítico com presença semanal no Público e na TSF e actividade constante na blogosfera.

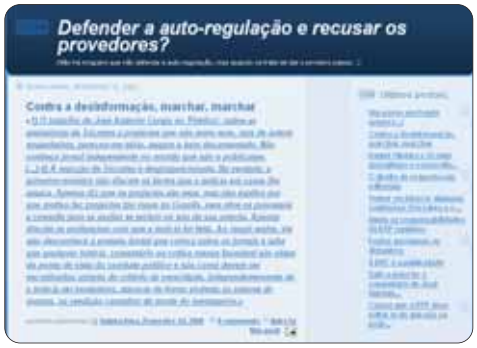
José Mário Silva concorda. "Para ser um meio informativo alternativo, a blogosfera necessitava de conseguir a independência económica que ainda não tem. Talvez quando a migração da publicidade do papel para os meios digitais se concretizar, aconteça esse salto", afirma, descrevendo aquele espaço como "um valioso complemento" dos órgãos convencionais e, pontualmente, "uma espécie de bálsamo que oferece serviços públicos que os media tradicionais deixaram de poder, ou querer, prestar".

"Reportando-me a Portugal, creio que, em certas áreas, há até mais informação nos blogues do que nos jornais. E informação nova. É claro que está em bruto, não é tratada com os cuidados que um jornalista teria se a difundisse no órgão em que trabalha, e que, nalguns casos, tem uma base factual mínima e uma grande componente de opinião, mas, mesmo assim, o panorama mediático portu-

FERNANDO VELUDO/NFACTOS

"São um meio alternativo e válido, mas não jornalismo."

João Paulo Meneses



guês seria muito mais pobre se os blogues que dão estas informações não existissem", declarou Pedro Mexia, que dinamiza agora o blogue Lei Seca, à JJ.

Apesar de estes espaços poderem começar a ser encarados como outra via de acesso à informação, a distância entre a blogosfera e o jornalismo é retomada por Dina Soares, do blogue colectivo Escola de Lavores, com base em preceitos fundamentais da profissão.

"O jornalismo obedece a regras de recolha e verificação da informação, de contraditório. Há princípios éticos e deontológicos que dão garantias de credibilidade ao que é publicado. Na blogosfera nada disso existe nem tem de existir", salienta a jornalista da Renascença, para quem dar ouvidos aos que sugerem os blogues como um meio informativo alternativo pode afundar-nos num terreno "completamente pantanoso".

Na opinião de Carla Maia de Almeida, "já estamos num terreno pantanoso" mas em matéria de jornalismo, embora, ainda assim, seja "de lamentar" se a blogosfera substituir o suposto quarto poder.

"Porque é óbvio que um *blogger*, por bem informado e linguisticamente competente que seja, ainda não dispõe dos meios que um jornalista de um órgão de comunicação social tradicional tem ou deveria ter. Não temos de embandeirar em arco com esta aparente democratização do acesso à informação. É verdade que não pago nada para ter um blogue, mas preferiria, de longe, pagar para aceder facilmente a um jornalismo interessante, competente e transparente. Do qual também gostaria de fazer parte, sendo paga para isso, obviamente", esclarece a colaboradora das revistas Ler, Notícias Magazine e Notícias Sábado. JJ

Paulo Querido, pioneiro da blogosfera

"Os bloggers dependem bastante mais do trabalho dos jornalistas do que o inverso"

Somou quase trinta anos de jornalismo (1981-2009) e já leva mais de duas décadas de ciberpresença (desde 1989), sendo co-autor do primeiro livro português sobre a blogosfera. Na sequência da recolha de material para essa obra, intitulada "Blogs", criou, a 10 de Junho de 2003, o primeiro alojador nacional de blogues aberto ao público: weblog.com.pt.

Jornalismo & Jornalistas – Acompanha a blogosfera desde os seus primórdios. Como percepciona, actualmente, a relação entre jornalistas e bloggers? Estão do mesmo lado da barricada ou em trincheiras opostas? Podemos falar de uma relação de interdependência?

Paulo Querido – Há que separar as realidades. A relação entre jornalistas e *bloggers* muda em diferentes regiões do planeta e nos EUA não é, sequer, parecida com a portuguesa: do outro lado do Atlântico há muito mais informação publicada em primeira-mão por *bloggers*.

Assim, direi que já passaram os tempos das barricadas: em 2003-2005, no início da explosão da auto-edição, existia essa dicotomia, mas foi desaparecendo.

Hoje há uma relação de interdependência, sendo que os *bloggers* dependem bastante mais do trabalho dos jornalistas do que o inverso. São os jornalistas que mandam na agenda da relação, uma vez que são eles quem produz a matéria que vai servir de alimento à actividade dos *bloggers*; o caminho inverso existe, claro, mas com muito menor frequência.

Apesar disso, nas redacções – sobretudo nas secções de política – dá-se muita atenção à opinião dos *bloggers* e o sentido desta é, por vezes, determinante nos ângulos de aproximação aos factos, acontecimentos e pessoas. Considero isto normal e até desejável: o jornalista está hoje menos isolado do mundo e sabe melhor como pensam, e reagem, alguns públicos – os mais esclarecidos ou, se preferirmos, os mais interessados.

Em Portugal há, curiosamente, alguns sectores onde a relação entre *bloggers* e jornalistas não fez faísca alguma. Dois deles: o noticiário sobre celebridades e a informação tecnológica, da Internet, redes sociais e noticiário económico ligado a elas.

JJ – E que diferenças fundamentais encontra entre estes dois espaços? A oposição jornalismo/blogosfera sublinha a antítese informação versus opinião?

PQ – Por um lado sublinha-a, sim. Para simplificar, digamos que o custo de produzir opinião é bastante menor do que o custo de produzir informação. Um *blogger*, mesmo que exerça jornalismo amador de alguma forma, não dispõe dos recursos necessários à produção de informação, que envolve vários processos consumidores de tempo e até de dinheiro: a recolha de informações, a sua verificação, por vezes em muitas fontes distintas, o tratamento, a produção multimédia, quando a haja...

É claro que, nalgumas situações, um grupo de *bloggers* pode entreajudar-se e produzir uma peça de informação capaz de rivalizar com a peça de um meio sobre o mesmo assunto/acontecimento – mas essas são as excepções que confirmam a regra, e a regra é: a informação é cara.

Com isto não quero dizer, muito pelo contrário, que não haja pontos de contacto e até de cooperação no processo, com ganhos mútuos. Agora, em geral, a blogosfera não rivaliza com o jornalismo na produção de informação, sendo sobretudo isso que separa os dois mundos.

Dito isto, um reparo: da blogosfera americana, sobretudo, mas também da francesa e da espanhola nasceram diversas novas marcas de media que produzem informação do melhor nível. Publicações como o Mashable e o Techcrunch nasceram como blogues, das mãos de *bloggers*, e mantêm essa matriz, mas profissionalizaram processos e tornaram-se tão boas nos seus nichos como as publicações de matriz jornalística, quando não melhores. Aspecto comum a estas profissionalizações é a contratação de jornalistas, articulistas e outros autores e profissionais dos media.

Em Portugal não vingou até à data nenhuma publicação alternativa, embora no campo do futebol existam projectos com perspectivas auspiciosas, caso optem por se lançar nessa aventura.

JJ – A blogosfera trouxe algo de novo à interacção dos jornalistas com o público?

PQ – Trouxe uma verdadeira revolução. Até aos blogues, a

LUÍS HUMBERTO TEIXEIRA

"Em geral, a blogosfera não rivaliza com o jornalismo na produção de informação, sendo sobretudo isso que separa os dois mundos."

"No início, a vertigem do poder de publicar deu a muitos a ilusão de que podiam atingir o patamar do jornalista só porque tinham um blogue."

interacção entre leitores e jornalistas – ou o que estes produzem, as peças, notícias, etc. – era muitíssimo reduzida e sempre filtrada.

Com a blogosfera, tudo mudou. O comentário do leitor não está nem sujeito aos cortes pelas razões de espaço e oportunidade, nem condenado à subalternidade. A hierarquização do comentário depende apenas da qualidade da sua mensagem. Não raro, atinge o patamar da correcção ao artigo; e se contribuir com dados novos, esquecidos ou pertinentes, melhor.

É claro que a maior parte dos comentários se fica pelos patamares do posicionamento do leitor face à notícia, aos intervenientes ou ao autor dela, mas isso é irrelevante: importa que a interacção aumenta por força da abertura e da maior transparência na relação.

JJ – É jornalista e blogger. O público fará a distinção entre o profissional e o cidadão? Ou "uma vez jornalista, sempre jornalista"?

PQ – O público faz o que lhe apetece, o que é um pouco cruel. Mas continuo a achar o mesmo de há 30 anos: o jornalista tem direito à opinião e deve expressá-la devidamente identificada. O meu blogue é um espaço de opinião, não de informação, que só episodicamente ali terá lugar.

ACESSO ÀS MASSAS: O PODER REPARTIDO

JJ – No livro "Blogs", que escreveu com Luís Ene, é dito que foi sobretudo com a blogosfera que o cidadão passou a ter

acesso directo às massas, algo que, até início deste século, estava reservado à comunicação social. A classe jornalística tem, então, de repartir o seu poder?

PQ – Sim. Isso já está a acontecer um pouco por todo o mundo, em velocidades e escalas diferentes. Um dos mais vistosos poderes, o de provocar e liderar causas sociais, foi dos primeiros. Com as redes sociais a potenciarem a capacidade organizativa de indivíduos e colectivos, sobram poucas ou nenhumas "causas" para o jornalismo liderar. Pode, quando muito, fazer eco, juntar-se-lhes.

Outro poder que já está repartido, para não dizer perdido, é o poder de certificar a "verdade" e quais das verdades são as mais importantes (a primeira página). A Wikipedia, o Digg e os outros mecanismos de agregação de sabedoria e de *crowdsourcing* desmantelaram esse poder de certificação.

Terceiro exemplo, o do endosso. A capacidade de influência dos críticos tradicionais – do cinema aos vinhos – diminui na proporção do surgimento de mecanismos alternativos, como os sites de recomendações que também usam técnicas de *crowdsourcing*, e do alargamento das redes sociais; quanto mais natural é o uso destas, mais as pessoas tomam as decisões do dia-a-dia, como ver um filme ou escolher o restaurante ou hotel, em função da proximidade, da consulta aos pares, e não em função do crítico/jornalista.

"O jornalismo profissional demanda em permanência recursos a que um blogger individual acede episodicamente, a começar pelo tempo e a acabar no dinheiro."

Finalmente, cada vez mais fontes de informação – de empresas a governos – usam as redes para distribuir as suas versões dos factos; a quantidade de informação aumenta, bem como a quantidade de receptores capazes de a avaliar e redistribuir acrescentando valor, através de um juízo (opinião) ou da conjugação de informação para produzir uma análise independente.

Mas o preocupante não é a divisão de poderes, é a reacção das empresas jornalísticas a ela: surgem aos olhos dos seus leitores com um maior grau de comprometimento com as fontes e com os sectores. Em vez de reforçarem as suas competências para se distinguirem, parecem ter optado por desbaratar o seu prestígio, sacrificando a independência e o rigor.

JJ – Não estará a blogosfera a alimentar a ideia de que qualquer pessoa pode ser jornalista?

PQ – A blogosfera trouxe a democratização do acesso aos meios de produção, às ferramentas de edição e de distribuição do produto jornalístico. Antes dela, o indivíduo que queria ser jornalista tinha de ir para um jornal, único local onde dispunha das ferramentas; com ela não precisa de o fazer: vive imerso nas ferramentas e na informação.

Agora, é verdade que, no início, a vertigem do poder de publicar deu a muitos a ilusão de que podiam atingir o patamar do jornalista só porque tinham um blogue. O poder do jornalista conquista-se ao longo do tempo, num processo de fins nem sempre garantidos. Nesse tempo o jornalista é submetido a provas, que tem de vencer. Qualquer pessoa pode ser jornalista e hoje é mais fácil chegar lá. Contudo, não é jornalista quem quer mas quem consegue superar a aprendizagem e revelar-se competente na função.

JJ – A prática num blogue pode vir a suscitar, no seu autor, interesse pelo jornalismo enquanto profissão?

PQ – Poder, pode. As semelhanças dos meios – publicação, audiência, resposta – leva alguns a pensar nisso. Mas a esmagadora maioria desiste. O jornalismo profissional demanda em permanência recursos a que um *blogger* individual acede episodicamente, a começar pelo tempo e a acabar no dinheiro.

JJ – A blogosfera concorre já, ou tem condições para vir a concorrer, com os órgãos de comunicação social tradicionais? Pode ser, realisticamente, vista como uma ameaça?

PQ – Se tomarmos a blogosfera isoladamente, não é grande ameaça... Concorre em áreas como a opinião política, o mexerico (excepto em Portugal, onde os órgãos incumbentes dominam), mas sem ameaçar o essencial dos meios de comunicação social, que é a informação. Tem, sim, um papel afluente em termos da distribuição da informação produzida por estes: os *links*, e os comentários, dos blogues levam diariamente milhares de leitores aos *sites* dos jornais. Na verdade estes deviam pagar pela deferência dos *bloggers* – e em muitos casos fazem-no, naturalmente nas moedas da rede: o Público retribui os *links* nas notícias, o Diário2 associa os *tweets*, e há outros mecanismos de retribuição.

Agora, quando juntamos à blogosfera o resto do que hoje, em traços largos, se denomina por web social – os agregadores como o Digg e, em Portugal e Brasil, o DoMelhor, a Wikipedia, o Twitter e o Facebook, para dar os exemplos clássicos –, então vemos mais poderes ameaçados: o privilégio do acesso às fontes, o poder de certificação, o poder de endosso, o poder de distribuição em massa... Sem esses poderes enclausurados por uma cerca, com uma caixa registadora colocada na entrada dos consumidores (os leitores) ou no acesso à audiência (a publicidade), não há negócio para os media. JJ

pré&press ARTES GRÁFICAS

Damos BOA IMPRESSÃO à SUA EMPRESA

Design Gráfico

Ilustração

Infografia

Paginação

Pós-produção de Imagem

Arte-Final

Impressão Digital,

Impressão Offset

Personalização

MORADA: Lugar da Charneca de Baixo, Armazém L | 2710 - 449 Ral - Sintra E-MAIL: geral@pre-e-press.com
SITE: www.pre-e-press.com TEL.: 21 961 34 75/6 FAX: 21 961 30 71

Daniel Pinto Lopes, blogger enquanto o emprego tarda

"O Expressões Lusitanas faz com que não perca as bases do jornalismo"

Com pouco mais de dois anos mas um significativo conjunto de entradas, o blogue Expressões Lusitanas foi criado pelo estudante Daniel Pinto Lopes para exercitar o que aprendia no curso. Entretanto licenciado mas sem emprego, investiu no espaço e hoje, como qualquer jornalista, tem uma agenda de contactos, entrevista figuras públicas e até já recebe directamente notas de imprensa.

LUÍS HUMBERTO TEIXEIRA

A experiência arrancou, de certo modo, como resposta a um desafio de Sena Santos, professor de Daniel Lopes na Escola Superior de Comunicação Social, e sucedeu a outros projectos – uma mini rádio *online* e um *podcast* intitulado Via Hertziana.

"No âmbito da cadeira Novas Expressões de Rádio, o professor informou que o elemento principal de avaliação seria um *podcast* sobre um tema à escolha e foi aqui que verdadeiramente começou o Expressões Lusitanas, na altura com o subtítulo 'porque a música portuguesa também é para ouvir'", recordou à JJ.

O primeiro entrevistado foi o então director da editora discográfica multinacional Universal Music Portugal, Tozé Brito, a que, com o tempo, se juntaram outros músicos, "produtores, humoristas, directores de rádio, jornalistas", contou Daniel Pinto Lopes, de 23 anos, pronunciando-se também sobre o acolhimento a um *blogger* por parte das potenciais fontes.

"Até há bem pouco tempo identificava-me como autor do blogue ou jornalista *freelance* e, por vezes, conseguia as entrevistas, embora noutros casos nem obtivesse resposta", revelou, acrescentando que, apesar de já ter optado por esta forma de apresentação, "a palavra 'jornalista' não interessa tanto para quem está do outro lado, importa mais em que meio a entrevista ou reportagem vai ser publicada".

A resistência e alguma suspeita ainda se fazem sentir, mas também há quem veja na blogosfera um novo meio de difusão a não desperdiçar: "Algumas editoras/produtoras/agências já me enviam informações e comunicados de imprensa, o que vai ao encontro das minhas prioridades: receber o máximo de informação de várias fontes relacionadas com as notícias tratadas pelo Expressões Lusitanas".

"A palavra 'jornalista' não interessa tanto para quem está do outro lado, importa mais em que meio a entrevista ou reportagem vai ser publicada."

GANHAR EXPERIÊNCIA

Focado sobretudo na área cultural e desde o início do ano com uma nova vertente, o turismo, o blogue permite a Daniel Pinto Lopes "aprender mais, interagindo com o meio, ganhando experiência no terreno e angariando contactos" mas também "mostrar trabalho".

"O Expressões Lusitanas impede-me de adquirir uma postura passiva e faz com que não perca as bases do jornalismo, quer na escrita de reportagens, quer na edição de peças áudio", acrescentou o *blogger*, que, apesar da sua experiência pessoal, ainda prefere informar-se através da página de uma rádio, jornal ou televisão do que recorrendo a um blogue desconhecido. "É verdade que depende dos casos, pois há blogues sérios, bem escritos e com informação credível, mas é preciso saber distinguir, o que nem sempre é fácil", afirmou à JJ, expondo uma oposição entre os media e a blogosfera que assume também outros contornos.

Afinal, sempre há o risco deste *medium* unipessoal, mas cuja audiência é cada vez mais vasta, canibalizar os órgãos de informação tradicional, sobretudo os suportes impressos?

"Aniquilar e substituir não o vão fazer. O hábito de comprar o jornal ou a revista ainda está bastante enraizado e penso que se está a transmitir (em menor grau) às gerações futuras. Creio que a imprensa escrita não vai desaparecer e a Internet vai ter um papel essencial na sua manutenção. A maneira mais imediata de uma pessoa saber o que se passa no país e no mundo é consultar, por exemplo, a página de um jornal diário. Os blogues podem funcionar como um complemento ocasional e de tratamento temático e profundo de determinada informação. Aquando das eleições legislativas de Setembro passado, por exemplo, alguns jornais inauguraram blogues apenas dedicados a este assunto", declarou. JJ

Pedro Fonseca, jornalista e blogger

"As definições do que é um meio de comunicação social esbateram-se"

Colaborador do *Diário de Notícias*, Pedro Fonseca, no jornalismo há 20 anos, mantém, desde 2002, o blogue ContraFactos & Argumentos. Em "Blogues Proibidos", um dos primeiros livros portugueses sobre a blogosfera, refere casos que conquistaram espaço nos media tradicionais. Favorável aos "novos media", traça, contudo, uma fronteira clara entre bloggers e jornalistas.

Jornalismo & Jornalistas – Em "Blogues Proibidos" refere casos em que foi publicada informação anónima cuja veracidade nunca se confirmou. Passa por aí a grande diferença entre a blogosfera e os media convencionais?

Pedro Fonseca – Não. Os jornais e revistas, rádios e televisões também publicam informação anónima. "Fonte junto de…", "segundo disse fonte próxima…" é o quê? Isto não justifica, obviamente, o anonimato – numa sociedade democrática, ele é pernicioso, seja num blogue ou num jornal, e apenas admissível em raras excepções.

JJ – A questão das habilitações literárias de José Sócrates surgiu no blogue Do Portugal Profundo antes de os jornalistas acompanharem o tema. Recorda-se de outros casos em que os blogues se tenham antecipado aos media num assunto noticioso?

PF – O blogue Muito Mentiroso levou jornais como o Euronotícias ou o Correio da Manhã, por exemplo, a escreverem sobre o que tinha publicado. E o próprio Do Portugal Profundo já antes tinha revelado, sobre o processo Casa Pia, ligações entre um juiz do caso e uma fundação criada por um então secretário de Estado ligado ao Partido Socialista, que circulou em blogues e depois na comunicação social.

JJ – Podemos falar numa animosidade dos media para com a blogosfera?

PF – Cada vez menos, até porque muitos jornalistas passaram a ter blogues ou contas Twitter ou Facebook e entenderam as potencialidades do meio. Mas essa animosidade pode ter ocorrido e as razões eram simples.

Por um lado, os *bloggers* usavam o que saía na imprensa para aprofundar ou criticar os temas escritos por jornalistas, fazendo cruzamentos *a posteriori* entre notícias, para revelar falhas, que nem sempre eram fáceis de realizar antes, quando se estava a escrever.

DR

"No meu blogue não devo contar pormenores de uma entrevista que não divulgo no jornal, não posso ofender uma fonte ou um protagonista público mesmo que ele mereça."

Por outro, alguns *bloggers*, excelentes conhecedores de certos assuntos, tinham facilidade em detectar erros ou lacunas nos textos dos jornalistas, que normalmente não são especialistas. Em lugar de enviar cartas ao director ou pedidos de rectificação, atacavam, por vezes de forma exagerada, o trabalho num blogue. Alguns jornalistas sentiram-se "acossados" e reagiram contra a blogosfera como um todo.

Pode também ter havido jornalistas com o trabalho "vigiado" e em que os bloggers podiam descobrir erros sistemáticos. Naturalmente, estes também não tiveram qualquer apreço pelos blogues.

Devo acrescentar que os jornalistas que perceberam rapidamente o potencial dos blogues foram os que mais ganharam com esta animosidade. Entenderam que podiam dialogar com os leitores (antes ou depois da publicação dos textos, o que normalmente era difícil ou menos usual) e melhoraram a qualidade das suas fontes e, consequentemente, do seu trabalho jornalístico. A tal "animosidade" foi e é bem gerida por conhecerem ambos os meios, sendo capazes de lidar com ela de forma positiva.

JJ – Seria essa animosidade razão para alguns jornalistas omitirem a blogosfera como ponto de partida de histórias que depois seguiam?

PF – Os créditos devem ser sempre atribuídos, seja a blogues ou a outros meios de comunicação. Sempre houve "jornalistas" que gostaram de esconder a origem das "ideias" nos seus trabalhos – e não é um mal necessariamente português. Quem o fazia com outros meios de comunicação social, mais

à vontade se sentiu para copiar conteúdos de blogues. Por isso, não diria animosidade mas preguiça e incompetência. Nada de novo.

DISTINGUIR VERTENTE PESSOAL DA PROFISSIOMNAL

JJ – A acreditação de bloggers para eventos dirigidos à comunicação social levanta a hipótese de os blogues poderem tornar-se veículos de informação alternativos aos meios convencionais, havendo quem diga que acabarão por substituir os media, nomeadamente os suportes impressos. Parece-lhe viável?

PF – Os *bloggers* com acesso a espaços tradicionalmente ocupados pelos meios de comunicação social são raros, tal como são raros os eventos em que pretendem participar. São normalmente eventos públicos, como conferências de imprensa ou cimeiras partidárias.

Porém, os blogues são – e podem ser ainda mais – informação alternativa quando se dedicam a temas da sua especialidade. Alguns fizeram entrevistas de grande qualidade. Mas será jornalismo? Um canal no Twitter com cinco colaboradores focados num dado tema é um orgão de comunicação social?

O problema é que as definições concretas do que é um meio de comunicação social se esbateram e alargaram, tal como o conceito original de blogue.

Quanto aos suportes impressos, a questão não deriva da existência ou não de blogues. Os próprios jornais podem passar a ser apenas *online*.

JJ – Nalgumas situações, o blogger é, simultaneamente, um profissional da comunicação. Neste caso, deve o jornalista colocar no seu blogue informação não difundida através do órgão em que trabalha, desde que a mesma tenha manifesto interesse público?

PF – Não, excepto se a não conseguir publicar no seu orgão de comunicação. Isto pode decorrer da crónica falta de espaço e oportunidade editorial, mas o trabalho de um jornalista deve ser publicado inicialmente no meio que lhe paga. Já se for um caso de censura por parte daquele, deve, após ter seguido os passos que este tipo de situações possibilita. No livro, o caso d'O Primeiro de Janeiro foi exemplar para analisar as consequências deste tipo de acções. [Ver caixa]

JJ – Exige-se ao jornalista, pela profissão que exerce, um cuidado acrescido com o que coloca na blogosfera? Um blogue é um reduto estritamente pessoal ou um espaço onde as esferas pessoal e profissional se intersectam?

PF – Sim ao "cuidado acrescido" por parte do jornalista, pois a opinião expressa num blogue, mesmo pessoal, influencia a "leitura" do seu trabalho no meio de comunicação. A questão é mais sensível no jornalismo político mas não só: no meu blogue não devo contar pormenores de uma entrevista que não divulgo no jornal, não posso ofender uma fonte ou um protagonista público mesmo que ele mereça, etc.

É, acima de tudo, uma questão de bom senso e não de impedir a liberdade de expressão de alguém só porque é jornalista. Este é um cidadão como os outros e não perde direitos devido à actividade que exerce. Contudo, a sua expressão conhecedora de alguém ou de um tema num blogue pessoal também deriva, muitas vezes, da sua categoria profissional.

Excepto em situações muito raras, a destrinça entre a vertente pessoal e profissional deve ser feita, para evitar misturar blogues privados com trabalho e informação obtida por esta via. Afinal, ninguém aceitaria que um médico falasse em público de casos que conheceu no local de trabalho, pois não? JJ

Diário de um Jornalista: um blogue que causou despedimentos

A 30 de Março de 2004 nascia na blogosfera nacional o Diário de um Jornalista, espaço onde, apesar do nome, escreveram não apenas um mas vários profissionais da comunicação, tendo em comum ligações ao jornal *O Primeiro de Janeiro.*

O blogue surgiu para denunciar relações de promiscuidade entre a redacção e o sector comercial no Departamento de Publicações Especiais do diário.

Entre os participantes que o blogue teve, alguns dos quais sob pseudónimo, os mais constantes foram Ricardo Simães, antigo colaborador do periódico, Sérgio Moreira, fundador do blogue, Joel Pinto e Dina Fernandes – estes três despedidos do jornal devido à intervenção no Diário de um Jornalista.

Afirmando que era comum o jornal celebrar contratos de publicidade a troco de publireportagens não identificadas como tal ou entrevistas a figuras da entidade anunciante, os autores do blogue viriam a ser processados por difamação no início de Maio de 2004.

O caso – contado em "Blogues Proibidos" – terminaria em Outubro de 2005, com o arquivamento dos processos, mas conseguiu um lugar na História da blogosfera nacional por *O Primeiro de Janeiro* ter sido o primeiro jornal português a despedir funcionários devido ao que colocaram num blogue.

Tese de mestrado investiga
O impacto dos blogues no jornalismo de tecnologia

Os jornalistas de tecnologia já não dissociam o seu trabalho dos blogues, embora estes não sejam, para a maioria, a principal fonte, até por raramente facultarem informação em primeira-mão, conclui uma dissertação de mestrado defendida por Leonor Pipa na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas em Dezembro.

De acordo com a autora da investigação – que obteve 29 respostas aos 44 inquéritos enviados por e-mail a profissionais que se ocupam a tempo interior ou parcial da área de tecnologia –, "os blogues são ainda mencionados por um número diminuto de jornalistas como a principal fonte de informação, surgindo, no entanto, à frente da televisão e das revistas especializadas".

"Em Portugal, aproximadamente metade dos jornalistas de tecnologia afirma que raramente (menos de uma vez por semana) os blogues lhes transmitem informação em primeira-mão e a esmagadora maioria assevera que raramente (uma vez por mês ou menos) cita blogues nas suas peças jornalísticas", assinala também Leonor Pipa, de 28 anos.

Actualmente editora de conteúdos no grupo CGI, tendo passado antes pela Media Capital, a investigadora extraiu igualmente que os inquiridos "já não dissociam o seu trabalho desta ferramenta", que se mostra "fundamental, quer para o aprofundamento de temas, quer para a abertura à discussão e confronto de assuntos úteis sobre tecnologia", permitindo-lhes "desencadear investigações mais aprofundadas, amplificando e reenquadrando temas da sua área".

"Os bloggers podem contribuir para um futuro melhor do jornalismo."

SUBSTITUIÇÃO DOS MEDIA TRADICIONAIS É IMPROVÁVEL

O trabalho, desenvolvido no âmbito do mestrado em Ciências da Comunicação – Especialização em Estudos dos Media e do Jornalismo, revela ainda que os blogues internacionais Gizmodo e Slashdot foram referidos por alguns jornalistas como os principais espaços digitais onde procuram informação sobre tecnologia, "nomeadamente quando o material a investigar não está disponível prontamente em qualquer lugar", enquanto, entre os portugueses, surgem na liderança o Portal de Tecnologia, o TugaTrónica e o Tek Online.

Para a concretização de "O impacto dos blogues no jornalismo de tecnologia em Portugal – um estudo exploratório", Leonor Pipa optou por um universo variado: jornalistas que só acompanham assuntos de tecnologia, *freelancers* ou colaboradores especializados e profissionais que escrevem ocasionalmente sobre a temática. E, em termos de órgãos, foram escolhidos a agência Lusa e os jornais Público, Jornal de Negócios, Diário Económico, 24 Horas, Diário de Notícias, Correio da Manhã, Jornal de Notícias, Expresso, Sol, Weekend Económico, Destak, Meia Hora, Metro e OJE.

Do global das respostas, a autora retirou também que o impacto dos blogues no jornalismo de tecnologia em Portugal ainda é bastante incipiente se comparado com a realidade de outros países, como os Estados Unidos, "onde os *bloggers* são facilmente acreditados para convenções partidárias e a sua presença massiva chega a influenciar o noticiário, ajudando a ditar temas de cobertura".

A conclusão, ainda que respeitante apenas a uma área em Portugal, leva Leonor Pipa a considerar improvável "a substituição dos meios de comunicação tradicionais pelos blogues", embora os *bloggers* possam, hoje, "chegar junto do público e até dos profissionais da comunicação com alternativas válidas para uma melhor análise e compreensão da realidade e, quem sabe, contribuir para um futuro melhor do jornalismo". JJ

Media&Jornalismo

Revista do Centro de Investigação Media e Jornalismo | Nº 14, Vol. 8, Nº 1 • Primavera / Verão 2009

A Europa e os Media

CIMJ centro de investigação media e jornalismo

WW

15 anos de ciberjornalismo em Portugal

Os média noticiosos portugueses começaram a desembarcar na Internet em meados da década de 90 do século passado. Numa primeira fase, com muitas hesitações. Depois, na viragem do século, com excesso de optimismo e investimento a mais. Logo a seguir, veio a depressão, seguida de um longo período de relativa estagnação, que se arrastou praticamente por toda a primeira década do século XXI. O balanço está longe de poder ser positivo.

Texto **Helder Bastos** Ilustrações **Fedra Santos**

A abordagem histórica dos primeiros quinze anos do ciberjornalismo em Portugal pode ser dividida globalmente em três fases: a da implementação (1995-1998); a da expansão ou "boom" (1999-2000); e a da depressão seguida de uma relativa estagnação (2001-2010).

A primeira fase abarca os anos de implementação de edições electrónicas de média tradicionais na Web. É uma fase experimental, dominada pelo modelo *shovelware*: os jornais abrem os respectivos *sites* para neles reproduzirem os conteúdos produzidos para a versão de papel, as rádios transmitem na Web o sinal hertziano, as televisões os seus telejornais.

A fase do "boom", a do optimismo, porventura exagerado, é marcada pelo aparecimento dos primeiros jornais generalistas exclusivamente *online*, como o Diário Digital e o Portugal Diário. Alguns jornais reforçam as suas redacções digitais para abrirem serviços de "última hora".

A fase da depressão fica marcada pelo encerramento de *sites*, cortes em pessoal, incluindo dezenas de jornalistas, e redução das despesas. A "bolha digital" rebentara e o investimento publicitário decaíra. Seguir-se-ia um período de estagnação generalizado, de reduzido investimento a quase todos os níveis, pontuado por alguns investimentos a contracorrente.

O INÍCIO DA HISTÓRIA

O ano de 1995 foi o ano fundador da relação entre os média noticiosos generalistas portugueses e a Internet. No dia 26 de Julho de 1995, era inaugurada a edição na Web do Jornal de Notícias, que se tornou deste modo o primeiro diário de informação geral a actualizar, diariamente, a informação na sua edição *online*.

O segundo diário generalista a dar início à colocação das suas edições diárias na Web foi o Público, a 22 de Setembro de 1995. Antes desta data, o jornal já colocava *online*, de forma esporádica, artigos do jornal impresso. Mas, durante cerca de três anos, o *site* limitou-se a fornecer uma versão electrónica do jornal impresso. Foi em Setembro de 1999, em plena crise de Timor-Leste, que começou a produzir informação própria, com a introdução do serviço "Última Hora".

O primeiro órgão de comunicação social português a registar oficialmente o seu domínio havia sido, no entanto, a RTP, a 28 de Maio de 1993. Apesar disso, a televisão estatal só inauguraria uma página sua, a da RTP Internacional, em Novembro de 1995.

No dia 26 de Julho de 1995, era inaugurada a edição na Web do *Jornal de Notícias*, que se tornou deste modo o primeiro diário de informação geral a actualizar, diariamente, a informação na sua edição online.

Em Janeiro de 1998, o semanário Setúbal na Rede entrava para a história do ciberjornalismo português: foi o primeiro jornal exclusivamente online em Portugal.

No dia 29 de Dezembro de 1995, data em que completou 131 anos, também o *Diário de Notícias* começou a colocar a sua edição diária na Web. Até Setembro de 2001, a presença do *Diário de Notícias* na Internet limitar-se-ia à reprodução dos conteúdos em papel, não tendo secções autónomas nem produção de conteúdos específicos para rede.

O canal privado de televisão TVI decidiu apostar na Internet logo no dealbar de 1996. A partir do dia 12 de Janeiro deste ano, o "Novo Jornal" da TVI passou a poder ser visto na Web. A estação tornou-se, deste modo, no primeiro canal português a emitir diariamente um noticiário *online* numa rede global de informação.

Em Setembro de 1996, nascia a TSF Online. Depois de uma *homepage* provisória, a funcionar desde Abril, "a rádio em directo" estreava «uma nova sonoridade», disponibilizando um menu com ligações a diversas rubricas: crónicas, magazines, jornais especiais, reportagens, imagens, ficha técnica e utilidades, como mapas de Portugal e previsão do tempo. O lema a "rádio em directo" também se aplicava à TSF na Internet. Através do Real Áudio, o utilizador podia ouvir, em directo, os noticiários da estação.

O Expresso tornar-se-ia o primeiro semanário português a estar presente na Internet com a estreia, «de forma experimental», no dia 17 de Julho de 1997. Numa breve notícia publicada na primeira página da versão de papel, o semanário prometia começar, «brevemente», a publicar na Web as suas edições integrais.

Em Janeiro de 1998, o semanário Setúbal na Rede entrava para a história do ciberjornalismo português: foi o primeiro jornal exclusivamente *online* em Portugal. Foi também o primeiro órgão digital a registar-se no Instituto da Comunicação Social e obrigou a Associação de Imprensa Portuguesa a alterar os estatutos para permitir a sua inscrição como sócio.

Pouco tempo depois, a 19 de Março, o *Correio da Manhã* iniciava a colocação da sua edição diária na Internet. Todos os principais diários do país estavam, finalmente, na Web.

O PERÍODO FEBRIL

Após o gradualismo e as cautelas que marcaram os primeiros anos do ciberjornalismo em Portugal, entrou-se, quase no dealbar do novo milénio, numa fase de euforia, marcada pelo surgimento de novos projectos, envolvendo investimentos avultados. Grupos multimédia arriscaram e apostaram em portais. Procurando "marcar posição", algumas redacções alargam substancialmente os seus qua-

dros, numa altura em que se verificava uma euforia, nacional e internacional, à volta da economia gerada pela Internet.

Logo em Janeiro de 1999, o *Público* anunciava aquilo a que chamou a "nova era" do publico.pt. José Vítor Malheiros passava de editor a director deste ciberjornal, enquanto a edição *online* deixaria de ser um mero suporte para a edição electrónica do jornal para passar a constituir uma nova era de negócio, com produtos próprios. Em Julho, era lançado o Diário Digital, uma publicação exclusivamente *online*. Propunha-se actualizar a informação em permanência, 24 sobre 24 horas, de segunda a sexta-feira, cobrindo todas as áreas da actualidade.

No primeiro trimestre de 2000, o grupo Media Capital abria o seu portal, o Imagine On Line, marcando a entrada daquele grupo de comunicação no mercado da Internet. O projecto pretendia ser um portal de informação, uma página generalista que levasse para a Internet os conteúdos produzidos pelos média do grupo. Em Abril, era lançado o portal Lusomundo.net, apresentado como um dos principais acessos a conteúdos informativos portugueses na Internet. Dava acesso a conteúdos do *Jornal de Notícias, Diário de Notícias, Açoriano Oriental, Diário de Notícias da Madeira*, o TSFnoticias.com e o próprio *site* do Grupo Lusomundo.

Em Julho, apareceria o concorrente mais directo do Diário Digital na Web, o Portugal Diário, apostado em produzir informação própria. Em Dezembro, o grupo Impresa anunciava que as suas actividades *online*, designadamente o *Expresso* e a SIC, iriam conhecer uma maior integração e adoptar uma estratégia «mais agressiva». A ideia era tirar o máximo de partido das sinergias dos investimentos do grupo no sector *online*. As três redacções da "plataforma SIC", que passaria a integrar a SIC Online, a SIC Notícias e a SIC generalista, iriam transformar-se, era prometido, na «maior fábrica de notícias de Portugal».

DEPRESSÃO E ESTAGNAÇÃO

Os primeiros sinais da crise que se avizinhava haviam começado logo em finais do ano 2000: em Outubro, demitiam-se os directores da Lusomundo.net. Em Fevereiro de 2001, o Diário Digital dava também os primeiros sinais de retracção, ao decidir integrar no Diário Digital duas das publicações da Caneta Electrónica, a Super Elite e

A nova economia, tal como muitos investidores a imaginavam, afinal, não existia. Como assinalava, na altura, a revista *Visão*, cerca de 400 trabalhadores – 210 da Teleweb, 26 do Submarino, 40 da Imaterial TV, cerca de 30 na Impresa (Sic.pt e Expresso on-line), 20 do Diário Digital e cerca de 10 dos portais da Media Capital – sentiram isso mesmo na pele, após perderem os seus empregos.

A dificuldade em encontrar modelos de negócio de sucesso levou a generalidade dos investidores a desinteressarem-se pelo ciberjornalismo.

Desporto Digital, até então autónomas. O quadro geral da Internet era caracterizado como sendo muito negativo. Passados apenas três meses, o Diário Digital dispensava onze pessoas.

Já em finais de Março de 2001, o Expresso Online acabara com a actualização de notícias e dispensara metade da redacção, ou seja, 17 pessoas num total de 34, entre jornalistas e outro pessoal, na maioria contratados a prazo. A decisão foi anunciada pela administração da Sojornal.com (proprietária da publicação), que justificou o "emagrecimento" com a necessidade de reajustar editorialmente o *site* após uma fase experimental que durara seis meses.

O Sindicato dos Jornalistas, pela voz do seu presidente, Alfredo Maia, reagiu ao anúncio e criticou «uma série de empresários que se limitam a fazer experiências no sector da comunicação social sem cuidarem dos problemas da vida das pessoas».

No mês seguinte, Abril, dois directores, Miguel Gaspar e Miguel Vieira, abandonavam o imaterial.tv. Dois meses depois, o Sindicato dos Jornalistas denunciava publicamente o "drama" do projecto: quatro dezenas de jornalistas haviam começado, alguns meses antes, a trabalhar num *site* de informação que prometia arejar o jornalismo português, o imaterial.tv. Mas, apenas quatro meses

depois, deixaram de receber ordenados, ficaram sem instalações e o projecto ficou na gaveta.

Ao panorama depressivo generalizado nesta fase não foi alheio o enquadramento da conjuntura internacional ligada à "nova economia", que havia conduzido, na viragem do milénio, a investimentos avultados nas chamadas "dot.com". A "bolha", inflacionada, não demoraria a rebentar, arrastando muitos milhares para o desemprego. A nova economia, tal como muitos investidores a imaginavam, afinal, não existia. Como assinalava, na altura, a revista Visão, cerca de 400 trabalhadores – 210 da Teleweb, 26 do Submarino, 40 da Imaterial TV, cerca de 30 na Impresa (Sic.pt e Expresso on-line), 20 do Diário Digital e cerca de 10 dos portais da Media Capital – sentiram isso mesmo na pele, após perderem os seus empregos. Nove meses depois da nova economia ter caído na realidade dos números negativos, nomeadamente nos Estados Unidos, começaram os estragos em Portugal.

Os sintomas da crise prolongaram-se em 2002. Em Setembro, a SIC Online iniciou um processo de cortes de pessoal para reduzir custos e racionalizar recursos. Tudo isto acontecia pouco mais de um ano depois de a SIC Online ter sido lançada, o que acontecera em Maio de 2001. O projecto era liderado pelos jornalistas José Alberto Carvalho e Lourenço Medeiros. Houve atrasos no lançamento do *site*: algumas notícias davam conta então da possibilidade de despedimentos.

O ano de 2003 também começou mal para o ciberjornalismo português. No final de Janeiro, o Diário de Notícias afirmava que a informação *online* estava «em período de contenção».

Lourenço Medeiros, então director editorial da SIC Online, caracterizava o momento a partir de uma contradição: a maioria dos *sites* estava em contenção, isto é, a desinvestir, e a única alternativa que encontrou foi a de ir fechando, gradualmente, os seus conteúdos, obrigando todos os potenciais clientes a pagar aquilo que consultavam. Era esta a estratégia que estava em curso no Expresso e que iria ser adoptada pela revista *Visão* e que já era, em parte, praticada pelo *Público*, que passara a cobrar os acessos internacionais, as *newsletters* e a versão PDF do jornal.

Em Fevereiro de 2003, a PT Multimédia anunciava a intenção de extinguir a empresa que assegurava o *site* Lusomundo.net. A PT Multimédia justificou a sua decisão com a necessidade de proceder à redução de custos, comprometendo-se, contudo, a tentar integrar os trabalhadores da Lusomundo.net nos quadros da TSF e a manter os serviços a que estava obrigada por via dos contratos já estabelecidos.

Pouco tempo depois, em meados de Abril, o pioneiro Setúbal na Rede anunciava que estava numa situação financeira complicada e que podia fechar em breve. A redacção estava a funcionar apenas com uma estagiária.

Apesar do panorama negro, o período 2001-2010 foi contrabalançado com o lançamento de versões online de média tradicionais. Houve também diversas inovações ou reformulações nalguns média online. É de assinalar, no entanto, que neste período não foi lançado um único ciberjornal generalista de raiz, de características semelhantes ao Portugal Diário ou ao Diário Digital.

Os problemas do jornal regional digital do distrito de Setúbal começaram havia cerca de um ano. Doze meses depois, o jornal acumulava dívidas no valor de 50 mil euros.

Num estudo, apresentado em Outubro de 2003, intitulado "A Internet e a Imprensa em Portugal", promovido pela Associação Portuguesa de Imprensa (AIND) e pela empresa Vector 21, concluía-se que, com o surgimento e expansão das publicações *online*, cerca de 30 por cento dos portugueses deixaram de comprar jornais nas bancas. Mas, apesar dessa aparente migração do papel para a Internet, o número de cibernautas que lia jornais *online* permanecia ainda reduzido, na ordem dos 12 por cento. A «aparente contradição» era, segundo os autores do estudo, um reflexo da percepção dos inquiridos.

Ao longo de 2006, assistiu-se a um aumento da penetração da Internet em Portugal e, paralelamente, do número de visitantes de *sites* noticiosos, mas estes sinais positivos não foram suficientes para tirar os ciberjornais da sua situação «precária». A dificuldade em encontrar modelos de negócio de sucesso levou a generalidade dos investidores a desinteressarem-se pelo ciberjornalismo. O cenário começou a «alterar-se ligeiramente» no segundo semestre de 2006, com o aparecimento de alguns projectos inovadores, como canais de televisão regionais na Web, e a introdução de vídeo nalguns *sites*, a par de apostas tímidas na produção noticiosa multimédia.

INVESTIMENTOS A CONTRACORRENTE

Apesar do panorama negro, o período 2001-2010 foi contrabalançado com o lançamento de versões *online* de média tradicionais. Houve também diversas inovações ou reformulações nalguns média *online*. É de assinalar, no entanto, que, neste período, de quase uma década, não foi lançado um único ciberjornal generalista de raiz, de características semelhantes ao Portugal Diário ou ao Diário Digital.

Em Setembro de 2001, o *Diário de Notícias* reformulou o seu *site,* apostando no fornecimento de serviços interactivos. A PT fez então avultados investimentos na área da produção de conteúdos, criando um *site* onde concentrou toda a informação do Grupo Lusomundo e onde apresentava notícias provenientes dos média do grupo, incluindo o DN que, no seu próprio *site*, passou a incorporar informações do *site* da TSF actualizadas em permanência.

Em 2002, o *Correio da Manhã* passou de um repositório da edição em papel no início do ano para uma interpretação das especificidades do meio digital, com a introdução de alguns recursos facilitadores de uma maior interactividade entre o jornal e os seus leitores, no final do mesmo ano. Passou, assim, a permitir aos seus utilizadores comentar as notícias publicadas ou enviá-las por correio electrónico a outros utilizadores.

Em Setembro de 2005, o *Expresso* anunciava algumas alterações, tanto de conteúdo como de grafismo. Na altura, foi também anunciado o lançamento de um novo portal, onde os utilizadores poderiam acompanhar as eleições autárquicas. O *site* contaria com a participação de jornalistas do *Expresso*, SIC e *Visão*.

Em Outubro daquele ano, a TSF anunciava a intenção de passar a disponibilizar *online*, gratuitamente, conteúdos em sistema de *podcasting*, algo que concretizaria três meses depois, altura em que alguns programas da estação passaram a estar disponíveis em formato mp3.

O início de 2006 foi marcado pela aposta de alguns *media* no *podcasting*. Em Janeiro, na sequência de um anúncio prévio, a TSF começava com *podcast* em Portugal. Em Fevereiro, seria a vez de a SIC Online lançar o seu primeiro serviço de *podcasting* e, em Março, o *Expresso* lançava *online* a tecnologia digital *podcast*, que permitia aos leitores fazerem para os seus computadores a importação, em formato áudio, de conteúdos do jornal impresso.

Em Abril, o Diário Digital renovava grafismo e secções, apostando em *breaking news*, que ocupavam 80 por cento da actividade do ciberjornal, apesar de os jornalistas não deixarem de fazer reportagem ou entrevistas, um trabalho assegurado por uma redacção em que a média de idades não chegava aos 30 anos.

No Expresso, Miguel Martins assumia, em Maio, o cargo de editor do Expresso *Online* com o objectivo de relançar o *site*, numa lógica que fosse valorativa para o próprio Expresso.

No início de Setembro de 2007, o Expresso renovava o *site*. As grandes apostas anunciadas pelo jornal passavam pela valorização de vídeos, fotogalerias, *podcasts* e interacção com os leitores. O conceito de convergência entrava no vocabulário do grupo de Pinto Balsemão.

Em Novembro, outro órgão de comunicação social do mesmo grupo do Expresso, a Impresa, anunciava também a intenção de seguir a via da convergência. Os jornalistas da SIC passariam a redigir notícias, primeiro para suporte *online,* e depois para televisão. Deste modo, os jornalistas trabalhariam em simultâneo para várias plataformas. SIC, SIC Notícias e SIC Online passariam a contar com o contributo de todos os jornalistas. A SIC Online passava de uma equipa de sete pessoas para um potencial de mais de cem jornalistas.

A partir do dia 19 de Novembro de 2007, o publico.pt passou a ter vídeos, uma alteração coincidente com o lançamento de uma *homepage* renovada, com mais atenção à imagem e à infografia. Para poder lançar vídeos no *site*, o publico.pt transformou duas salas da sua redacção num estúdio para gravação e montagem das peças e criou uma equipa de três jornalistas e dois técnicos, que assegurariam a produção no novo formato.

O *Correio da Manhã* aproveitou o 30º aniversário, assinalado a 19 de Março de 2008, para operar uma «reformulação profunda»: um *layout* "refrescado", com uma nova

hierarquização de assuntos, a introdução de uma área de vídeos e de um fórum de discussão diária eram algumas das novidades. Numa fase inicial, o vídeo teria proveniência externa, mas o objectivo era incluir, posteriormente, «conteúdos próprios», com notícias e entrevistas realizadas pela própria redacção do jornal.

A par de um refrescamento na edição de papel, o *Jornal de Notícias* decidiu, em Maio daquele ano, renovar o *site* e reforçá-lo nas componentes de vídeo e áudio. Foi criada uma secção multimédia, onde passaram a ser colocadas reportagens vídeo, fotogalerias e infografias. Este novo espaço permitia ainda a recepção de material enviado pelos leitores. O novo site estaria ainda disponível em formatos para telemóvel, computador *palmtop* e PlayStation Portable.

Ainda em Maio, outro órgão de comunicação da Controlinveste, a TSF (que, em Fevereiro, havia completado 20 anos), renovava o *site* com o intuito de, por um lado, reforçar a aposta no audiovisual e, por outro lado, de personalizar os conteúdos.

Em Novembro de 2008, a agência Lusa dava um passo significativo em direcção ao multimédia, com o lançamento, em período experimental, de duas novas linhas de negócio: a Lusa Áudio e a Lusa Vídeo. O projecto começara cerca de três meses antes, com a formação dada aos jornalistas da casa para que estivessem habilitados a trabalhar em várias plataformas.

No *Público*, o ano de 2008 foi de algumas inovações e mudanças. Em Outubro, era criado um *site* dedicado às eleições presidenciais dos EUA, que teriam lugar em Novembro. O *site* iria incluir notícias, vídeos e opiniões, com relevo para a participação dos leitores, uma vez que a *homepage* seria dedicada aos seus comentários. Seria também organizada uma votação *online* num dos candidatos. Os utilizadores poderiam ainda acompanhar a noite eleitoral em directo, graças a uma parceria entre o *Público* e a estação de televisão France 24. Em Novembro, o diário apresentava uma versão do publico.pt para iPhone, «de uma forma totalmente enquadrada na experiência de navegação proposta pelo terminal da Apple».

Após um período longo de estagnação, o *Diário de Notícias* renovava, em Março de 2009, o seu *site*, apostando na interactividade e na «profundidade da informação». A então coordenadora editorial do DN explicava que esta mudança ocorria no contexto de «uma aposta da administração para todo o grupo» (Controlinveste) e que era uma forma de aproveitar as potencialidades do *online*.

Um dos concorrentes mais directos do DN, o *Público*, aproveitava também o primeiro trimestre de 2009 para anunciar uma reorganização interna com impacto na configuração do publico.pt. A mudança surgia na sequência de uma reorganização interna do título, com vista a um maior foco no *online*, com implicações, além da distri-

Não admira que a produção de conteúdos verdadeiramente multimédia, como reportagens, tenha ficado reservada a uma minoria de sites noticiosos. Também não causará espanto o facto de a actualização permanente da informação, 7 dias por semana, 24 horas por dia, nunca ter passado de uma miragem no contexto ciberjornalístico português.

buição de funções executivas na direcção editorial do título, no funcionamento e horários de toda a equipa.

Muito tardiamente, a revista Sábado arrancava, em finais de Março, com um *site*, apresentado pela Cofina com um produto complementar, com um «conceito mais multimédia». Vídeo, áudio e texto faziam parte das colunas de opinião dos quatro colunistas principais da *newsmagazine*.

A Antena 1 estreava, em Abril, um novo *site*, que se dividia em duas grandes áreas temáticas: uma de conteúdos de cariz informativo (identificada com tons de vermelho) e outra de conteúdos de entretenimento, culturais e de formação (em tons de azul). Ao nível de conteúdos, a estação pública apresentava novas secções, como Especiais e Reportagens, bem como um conjunto de blogues agregados de muitos dos programas da estação.

No mesmo dia em que o "i" em papel chegava às bancas pela primeira vez, no dia 7 de Maio de 2009, ficava disponível online o *site* do jornal, que, a par da versão impressa, era apresentado como um dos eixos do novo projecto. A aposta no multimédia era apresentada como uma das mais-valias do iOnline. Cada jornalista teria um *kit* composto por um telemóvel (para captura de imagens e sons), um tripé e um microfone.

Ainda em Maio, a RTP lançava uma versão *mobile* do seu *site*. Notícias, conteúdos de desporto, classificações desportivas, imagens, guia TV eram alguns dos conteúdos disponíveis em m.rtp.pt. O *site* permitia a partilha de conteúdos, bem como a sua disponibilização no Twitter. A RTP aproveitou também para lançar um *site* optimizado para iPhone.

Em Junho, a Rádio Renascença lançava um *site* reformulado, sendo que, também neste caso, as palavras-chave "multimédia" e "multiplataforma" surgiam à cabeça do discurso da apresentação. A decisão visava reforçar a aposta do Grupo Renascença nas plataformas multimédia.

Ao mesmo tempo, os grupos de média procuravam encontrar fórmulas de negócio que lhes permitissem rentabilizar as suas operações na Web por outras vias que não apenas a, ainda preponderante, publicidade. Ainda que esta fosse unanimemente reconhecida como 'o' modelo de negócio, os grupos procuravam diversificar as actividades das suas áreas multimédia e, por conseguinte, as suas linhas de receita.

A 22 de Janeiro de 2010, o *site* da TSF aparecia renovado, ao nível de conteúdos e funcionalidades. A rádio *online* da Controlinveste reforçou os conteúdos multimédia e introduziu uma nova dinâmica na *homepage*, de modo a apresentar uma lista de títulos em destaque das principais notícias, bem como imagens com maior dimensão.

Em Fevereiro, o *Público*, que já então assegurava a sua presença em redes sociais como o Twitter e o Facebook, e disponibilizava uma versão para o iPhone, da Apple, tornava-se o primeiro jornal português a estar também disponível no Kindle, o aparelho para ler livros e jornais em formato electrónico da Amazon.com..

O *site* da TVI 24 assinalou o primeiro aniversário, cumprido em Fevereiro de 2010, com o reforço de conteúdos. Foi criado um novo espaço de opinião, com "caras conhecidas" da estação, que passavam a colaborar com maior regularidade, e aberto aos utilizadores um novo espaço de opinião. Em Vox os utilizadores passaram a poder deixar os seus comentários.

Numa altura em que as redes sociais, com Facebook e Twitter à cabeça, atingiam números recorde, vários média decidiram, no primeiro trimestre de 2010, criar uma nova figura, a do gestor de comunidades, que vários média estrangeiros já possuíam há algum tempo. Em Fevereiro, Alexandre Martins passava a ser o primeiro gestor de comunidades do *Público*, cargo que acumulava com a responsabilidade pela área de vídeo do site do diário da Sonaecom. A nomeação do profissional visava assegurar uma maior interacção com os leitores e com os jornalistas do *Público*. Era sua função gerir a presença do jornal nas redes sociais, comentários no site e dar *feedback* à redacção sobre os temas que marcavam estes média sociais. O *Público* juntava-se assim ao "i", título que já tinha também na sua estrutura um editor de comunidades e que entretanto preparava o lançamento de uma rede social própria. A Media Capital Multimédia, por seu lado, decidia criar, em finais de Fevereiro, o cargo de gestora de comunidades de *sites.*

Em Março, o *Público* tornava-se o primeiro *medium* português a disponibilizar uma aplicação para o iPhone. A aplicação dava acesso às notícias de última hora de todas as categorias do jornal e permitia a navegação pelas notícias que através de fotografias. O utilizador podia ainda guardar os conteúdos favoritos e partilhar a informação com outros utilizadores nas redes sociais (Facebook e Twitter) ou por e-mail. Os leitores podiam aceder ao publico.pt com navegação optimizada para este terminal.

No mundo da rádio, procurava-se diversificar a oferta e mudar a imagem típica do meio, vincando o conceito de multimédia. O grupo Renascença, por exemplo, alterou a sua designação para R/com, comunicação multimédia, mantendo a emissão de rádio como essência, mas oferecendo conteúdos noutras plataformas, com destaque para a Internet, onde o jornal *online* contava, segundo a administração do grupo, com 70 mil utilizadores.

Não obstante todos estes investimentos a contracorrente feitos pelas empresas jornalísticas, é de notar que a maior parte se centrou naquilo que poderemos considerar acessório: refrescamento gráfico de *sites*; aproveitamento de modalidades da Web pré-existentes, isto é, não desenvolvidas pelos próprios ciberjornais (fornecimento de feeds rss, edições para dispositivos móveis, abertura de perfis em redes sociais, etc.); apelo à participação dos "cidadãos-repórteres"; ênfase dada à instantaneidade,

com secções de última hora baseadas sobretudo em *takes* de agências noticiosas. Em suma, poderemos apelidar estes investimentos de *light*.

Esforços essenciais, mais *pesados*, mas que teriam sido, porventura, determinantes para um aumento efectivo da qualidade ciberjornalística, ficaram por fazer, tais como: transferência de jornalistas de redacções tradicionais para as digitais; cruzamento efectivo de jornalistas e ciberjornalistas e respectiva produção jornalística (convergência); reforço das equipas com a contratação de novos ciberjornalistas e de técnicos; aumento significativo da produção de conteúdos específicos para as edições *online* e consequente redução de *shovelware*; aposta na interactividade efectiva e permanente com as audiências; maximização das potencialidades hipertextuais da rede.

Neste quadro, não admira que, por exemplo, a produção de conteúdos verdadeiramente multimédia, como reportagens, tenha ficado reservada a uma minoria de *sites* noticiosos. Também não causará espanto o facto de a actualização permanente da informação, 7 dias por semana, 24 horas por dia, nunca ter passado de uma miragem no contexto ciberjornalístico português.

As empresas, que, ao longo dos anos, quase sempre adoptaram uma postura cautelosa e conservadora em relação à Internet, não investiram em meios técnicos e humanos suficientes, como também não conseguiram encontrar modelos de negócio sustentáveis que lhes permitissem rendibilizar os projectos na Web.

CONCLUSÃO

A primeira quinzena de anos de ciberjornalismo em Portugal fica marcada, em termos gerais, por uma fase experimental relativamente longa e reveladora de hesitações por parte das empresas jornalísticas, por uma fase de expansão tão acelerada e intensa quanto curta, e por uma fase de estagnação prolongada – pontuada por investimentos "leves" a contra-corrente – que ocupa praticamente toda a primeira década do século XXI.

Em termos qualitativos, o balanço não deixa grande margem para regozijo. Os ciberjornais portugueses de informação geral de âmbito nacional nunca exploraram a fundo as potencialidades (muito menos, de forma conjugada) do novo meio, a saber, interactividade, hipertextualidade, multimedialidade, instantaneidade, ubiquidade, memória e personalização.

O ciberjornalismo português não conseguiu, pois, afirmar-se em pleno. As empresas, que, ao longo dos anos, quase sempre adoptaram uma postura cautelosa e conservadora em relação à Internet, não investiram em meios técnicos e humanos suficientes, como também não conseguiram encontrar modelos de negócio sustentáveis que lhes permitissem rendibilizar os projectos na Web. Acresce o investimento residual feito na formação dos (ciber)jornalistas. Por outro lado, as experiências de integração de redacções e de produção orientada para múltiplas plataformas só nos anos mais recentes tiveram alguma, pouca, expressão nos principais grupos de comunicação. Assiste-se a um acordar lento para o fenómeno da convergência nos média. Este é o grande passo que se segue. JJ

WWW

Carlos Camponez à JJ

"Os jornalistas são um pouco desleixados com a sua auto-regulação"

Falar da auto-regulação dos jornalistas, em Portugal, é falar de uma auto-regulação "frustrada". Eis o que conclui Carlos Camponez, professor de Jornalismo na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, na sua tese de doutoramento, "Fundamentos de Deontologia do Jornalismo - A Auto-regulação Frustrada dos Jornalistas Portugueses (1974-2007)". Culpa, em parte, de um certo "desleixo" dos profissionais: "De facto, eu vejo a auto-regulação erguida como uma bandeira dos jornalistas em momentos críticos; mas, quando se trata de montar a estrutura e de fazer com que ela seja uma prática no dia-a-dia, os jornalistas estão sempre à espera que alguém faça isso por eles".

Texto **Carina Fonseca** Fotos **Fábio Teixeira**

Na sua tese de doutoramento, conclui que não existe, em Portugal, uma auto-regulação que vincule, efectivamente, todos os jornalistas. O que levou a essa constatação?

É uma constatação óbvia, que decorre da inexistência de um organismo de auto-regulação que, de facto, junte todos os jornalistas. A função que foi desempenhada, de uma forma mais ou menos informal, durante muito tempo, pelo Sindicato dos Jornalistas (SJ) e pelo Conselho Deontológico (CD), é hoje desempenhada pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ). Só que eu considero que a CCPJ não é um órgão de auto-regulação - é um órgão de autocontrolo. Porque, praticamente, foi uma instituição criada pelo Estado, ao nível da legislação de enquadramento. E os jornalistas limitam-se a cumprir a Lei. É neste sentido que digo que é de autocontrolo. É algo que foi, de alguma forma, imposto. Na altura, os jornalistas tinham algumas dúvidas sobre se deveriam participar num órgão daquele género. Geraram-se discussões, por exemplo, no SJ, e eu defendi que, se os jornalistas tinham tanto contra aquela instituição, não percebia por que não se opunham e se candidatavam aos órgãos.

A função que foi desempenhada (…) pelo Sindicato dos Jornalistas (SJ) e pelo Conselho Deontológico (CD), é hoje desempenhada pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ). Só que eu considero que a CCPJ não é um órgão de auto-regulação - é um órgão de autocontrolo.

Por que acha que os jornalistas nunca se organizaram, autonomamente, para se auto-regularem, abrindo caminho a que o Governo legislasse por si? No fundo, vivem sob regras que não escolheram.

Não é inteiramente verdade que vivam sob regras que não escolheram. Acho é que vivem sob regras que se juridificaram. Nomeadamente, o código deontológico, que foi capturado pela Lei. Acho isso um pouco estranho.

Mas por que é que os jornalistas deixaram esse caminho livre?

É muito difícil dizer com rigor.

Há falta de consciência de classe?

Nos últimos anos, isso parece-me notório. Sobretudo a partir de meados dos anos 90. Agora, quais as razões por que acontece… Há quem diga que é porque os jornalistas nunca quiseram ser auto-regulados. Eu acho que as coisas aconteceram por algum desleixo. Os jornalistas tinham um sistema de auto-regulação que já vinha de antes do 25 de Abril, através do Sindicato Nacional dos Jornalistas…

Aí, era mais um sistema de controlo.

Certo é que, apesar disso, sobretudo no período da primavera marcelista, criou-se uma dinâmica de grande discussão e reflexão sobre as questões da auto-regulação, que, inclusivamente, ajudou a criar a nova legislação, depois do 25 de Abril. A Ditadura não impediu que houvesse uma reflexão essencial para o exercício da auto-regulação dos jornalistas. O que acontece é que os jornalistas continuaram a reconhecer o sindicato como a entidade que deveria defender os seus interesses e também os seus direitos. E, se antes do 25 de Abril, todos os jornalistas ti-

nham de estar ligados ao sindicato, essa obrigação deixou de existir e, à medida que os anos foram passando, houve um conjunto de jornalistas que começou a ficar de fora de qualquer entidade que regulasse as questões éticas e deontológicas.

Os mais jovens, aqueles que iam entrando na profissão?

Alguns. Mas também jornalistas que não se reviam no SJ como entidade representativa. Aliás, no final dos anos 80, a ideia de criar uma Ordem dos Jornalistas, foi, de alguma forma, uma manifestação de oposição a esta forma como os jornalistas se organizavam. Ainda que os jornalistas, por maioria, tenham decidido continuar com o sindicato, eles nunca conseguiram resolver um problema que já vem, salvo erro, do II Congresso de Jornalistas: como é que podemos aderir a um Código Deontológico que esteja associado a sanções, quando as pessoas podem ou não associar-se ao SJ, quando não abrange toda a gente? O ponto crítico desta questão é, em grande medida, o regime de sanções. Quando pede a carteira profissional, tem que assinar um documento no qual se compromete a respeitar o Código Deontológico. Esse compromisso de honra - que é, no fundo, o código deontológico - continua a abranger toda a gente, embora seja um documento criado pelo SJ.

Se antes do 25 de Abril, todos os jornalistas tinham de estar ligados ao sindicato, essa obrigação deixou de existir e, à medida que os anos foram passando, houve um conjunto de jornalistas que começou a ficar de fora de qualquer entidade que regulasse as questões éticas e deontológicas.

Quando pede a carteira profissional, tem que assinar um documento no qual se compromete a respeitar o Código Deontológico. Esse compromisso de honra - que é, no fundo, o código deontológico - continua a abranger toda a gente, embora seja um documento criado pelo SJ.

Voltando à questão da Ordem dos Jornalistas, defendida pela Associação Portuguesa de Jornalistas e reprovada pela classe, em 1992, sob a liderança do sindicato: acha que hoje já teria viabilidade?

Tenho ouvido muitos jornalistas que votaram contra a Ordem - entre os quais eu estive - dizer que, hoje, se calhar, já não votariam no mesmo sentido. Eu acho que um dos problemas essenciais continua a ser o do sancionamento. A questão é saber até que ponto a CCPJ não ocupou, na prática, esse espaço, que seria preenchido pela Ordem. Porque a CCPJ já tem um mecanismo interno que prevê as sanções dos jornalistas - um mecanismo legal.

Faz falta a sanção moral?

Eu acho que a sanção deve ser sempre de carácter moral.

Como era aplicada pelo Conselho de Imprensa (CI) [organismo fundado em 1975, que reunia jornalistas, políticos, empresários, entre outros, promovendo o diálogo social, extinto, em 1990, pelo Governo de Cavaco Silva]?

Justamente. O problema é que, para haver uma verdadeira sanção moral, tem que haver uma divulgação pública efectiva. O CI fazia isso: as deliberações tinham que ser publicadas, e sem direito a resposta. Hoje, haveria outros mecanismos para tornar essa divulgação pública: dantes, não havia Internet, não havia tanta discussão das questões do Jornalismo nas universidades e centros de investigação… São mecanismos que favorecem a discussão dos casos que revelam um mau exercício da profissão. A sanção moral representa uma reprovação por parte da sociedade e por parte dos pares. Defendo a sanção moral porque os jornalistas também estão sujeitos ao cumprimento da Lei e devemos ter o cuidado de não fazer com que sejam abrangidos por dois sistemas sancionatórios de carácter punitivo. Ou seja, punidos com multas, na profissão; e com multas e indemnizações cíveis, na Lei. Admito que é uma questão discutível, mas a minha opinião é essa. Tanto mais que o exercício da profissão de jornalista não é efectuado de forma completamente autónoma. Não podemos deixar de ter em conta que o jornalista, normalmente, não exerce a sua profissão num gabinete, onde decide o que fazer. Ele trabalha numa organização.

Fala numa "proletarização" da profissão.

Quando falo numa certa proletarização da profissão, falo de um agravamento dessa perda de autonomia dos jornalistas.

É consequência, também, da falta de auto-regulação?

Em certa medida, sim. Nomeadamente, a perda de poder dos jornalistas em organismos que me parecem fundamentais, como os conselhos de redacção. E não só: os poderes que existem não têm sido efectivamente exercidos por jornalistas. Essa é outra prova de um certo desleixo relativamente à sua auto-regulação.

"É FÁCIL FUGIR À DISCUSSÃO DAS RESPONSABILIDADES"

Existiu algum mecanismo de auto-regulação, em Portugal, que recolhesse a aprovação de todos os jornalistas?

O sindicato foi, durante muito tempo, esse organismo.

Falou do CD do sindicato, a certa altura, como sendo um mecanismo de auto-regulação.

Justamente, e tínhamos também o CI.

Houve uma fase de relativa estabilidade.

Sim. Debruçando-nos sobre o período pós-25 de Abril, direi que, até ao final dos anos 80, houve alguma estabili-

dade. Aliás, em vários congressos e reuniões de jornalistas reafirmou-se, constantemente, que os jornalistas se reviam no sindicato como seu organismo representante, quer dos direitos, quer dos deveres. E, até ao final dos anos 80, princípios dos anos 90, o sindicato representou a classe em percentagens acima dos 90%.

Já disse que as taxas de sindicalização estão abaixo dos 50%, actualmente.

Partindo do princípio de que as pessoas que têm hoje carteira profissional estão, efectivamente, a exercer a profissão. Acho o número um bocado extraordinário, sobretudo tendo em conta a realidade da comunicação social. Acredito que muita gente que tem carteira profissional ou não está a exercê-la, efectivamente, ou está em situações de incompatibilidade - de legalidade duvidosa, pelo menos. Mas, partindo do pressuposto de que os dados da CCPJ são correctos, e tendo em conta os números de sócios do SJ que foram admitidos a participarem nos últimos actos eleitorais, direi que essa taxa já está abaixo dos 50%.

Na sua tese, estabelece uma espécie de viragem, nos anos 90, com a "captura" da auto-regulação dos jornalistas pela legislação. E estabelece dois marcos: a extinção do CI, em 1990; e o final da emissão da carteira profissional de jornalista por parte do SJ, em 1993, por ordem do Tribunal Constitucional.

Em 1990, quando o Governo social-democrata extinguiu o CI, uma das questões que suscitou alguma celeuma, por parte dos jornalistas, teve a ver com o papel moral que o CI exercia, nomeadamente, recebendo queixas dos cidadãos. Havia sanção moral, havia pareceres emitidos e publicados na imprensa. Quando os jornalistas questionaram a extinção do CI, neste domínio das atribuições de carácter ético e deontológico, o Governo disse que essas eram matérias que competiam à sociedade civil e que o Estado não tinha de se imiscuir nelas. Ora, é curioso que o ministro Santos Silva, do último Governo do PS, venha dizer, como justificação das medidas para a tal captura da deontologia dos jornalistas, que era preciso acabar com o liberalismo, quer dos jornalistas, quer dos meios de comunicação social. Em 20 anos, o Estado desregulou o sector, nas matérias de ética e deontologia, e depois disse: é preciso pôr aqui alguma regulação. Obviamente, podemos sempre dizer - e esse é o argumento dos políticos - que os jornalistas não ocuparam esse espaço. Mas os jornalistas foram, na altura, através do SJ, aqueles que mais se preocuparam em recriar o CI e nunca o conseguiram porque os empresários não se mostraram muito empenhados no processo. E depois verificou-se que o SJ, por si só, não tinha meios para sustentar um organismo desse género.

A sanção moral representa uma reprovação por parte da sociedade e por parte dos pares. Defendo a sanção moral porque os jornalistas também estão sujeitos ao cumprimento da Lei e devemos ter o cuidado de não fazer com que sejam abrangidos por dois sistemas sancionatórios de carácter punitivo.

Acredito que muita gente que tem carteira profissional ou não está a exercê-la, efectivamente, ou está em situações de incompatibilidade - de legalidade duvidosa, pelo menos.

Mas entende que a culpa também é dos jornalistas.

Quando dizemos que a auto-regulação não funciona, os únicos culpados são os jornalistas, como é óbvio. Agora, podemos encontrar explicações exteriores. Uma delas, do meu ponto de vista, tem a ver com esse desmoronamento do edifício do CI. Porque, de facto, os jornalistas, na altura, aceitaram partilhar a sua auto-regulação com um organismo mais alargado, onde se discutiam as questões de ética e deontologia relacionadas com o exercício da profissão. Também me parece importante sublinhar que o nosso país é muito pequeno. O número de jornalistas a exercer a profissão, sobretudo nos anos 90, talvez não fosse suficiente para, através da sua contribuição, permitir o funcionamento de um organismo destes, que tivesse os meios para deliberar e fazer cumprir as suas decisões.

Apesar daquele período de estabilidade relativa que referiu, entende que a auto-regulação que existiu em Portugal foi sempre frustrada. E eu pergunto-lhe: também se sente frustrado perante essa conclusão?

A auto-regulação, nesse período de estabilidade, funcionava da seguinte forma: até aos anos 90, o Conselho Deontológico praticamente só tratava de queixas provenientes de jornalistas contra jornalistas. Porque o Conselho de Imprensa, normalmente, aceitava as queixas provenientes do público e das instituições privadas. No fundo, acabava por funcionar. Mas o CI não era, verdadeiramente, uma auto-regulação - era uma co-regulação. Porque englobava jornalistas, representantes políticos, representantes da sociedade... Mas, de facto, é uma auto-regulação frustrada. Porque, quando o CI desaparece e essa auto-regulação, que se exercia no âmbito do CD, necessita de se abrir, ela não consegue resolver os problemas resultantes dessa abertura. Novamente, as questões da sanção, [de conseguir] abranger todos os jornalistas... Ficou sempre uma auto-regulação… estranha. Quando há queixas feitas por cidadãos ao CD, contra jornalistas, e eles são confrontados com elas, decidem sair do SJ. Isto demonstra bem como é fácil fugir à discussão das responsabilidades.

E quanto à segunda parte da questão? Ficou frustrado?

Claro. Eu tenho carteira profissional, no momento em que tive carteira profissional, fui sindicalizado… Sempre vivi estas questões. E acho que é absolutamente essencial, para uma profissão como a de jornalista, o exercício da sua auto-regulação. Inclusivamente, impressiona-me que sejam organismos como a CCPJ a acabar por nos impor o funcionamento desta auto-regulação. Isto quer dizer que os jornalistas são um pouco desleixados com a sua auto-regulação. Ou não querem saber, ou querem que outros tomem conta de funções que na realidade lhes pertencem. De facto, eu vejo a auto-regulação erguida como uma bandeira dos jornalistas em momentos críticos; mas, quando se trata de montar a estrutura e de fazer com que ela seja uma prática no dia-a-dia, os jornalistas estão sempre à espera que alguém faça isso por eles.

Vejo a auto-regulação erguida como uma bandeira dos jornalistas em momentos críticos; mas, quando se trata de montar a estrutura e de fazer com que ela seja uma prática no dia-a-dia, os jornalistas estão sempre à espera que alguém faça isso por eles.

Uma coisa é a ética de um jornalista que está no quadro, outra é a ética do jornalista freelancer, outra é a ética do jornalista estagiário, que está à espera que abram um lugar no quadro para ter acesso à profissão…

"NUNCA HAVERÁ UM MODELO PERFEITO"

A falta de auto-regulação pode expor mais os jornalistas à violação da ética e da deontologia da profissão?

Obviamente, permite que haja a tentação do exercício do jornalismo de uma forma muito individualista. Aliás, quando sublinho, na minha tese, a importância das questões morais da deontologia do jornalismo, tem a ver com esta consciência de profissão. E eu acho que essa componente é muito importante para travar uma concepção do jornalismo muito centrado na ética. Faço a distinção entre ética e moral: a ética é a reflexão de cada um; a moral já tem a ver com os costumes de uma sociedade, de uma profissão, de um grupo social. E, quando sublinho o carácter moral da auto-regulação, tem a ver com o peso institucional. Obviamente que a aplicação das normas morais da auto-regulação é sempre ponderada individualmente, mas é um risco grande que os valores de uma profissão estejam entregues ao livre arbítrio de cada profissional.

Numa reportagem sobre os problemas que afectam o jornalismo, actualmente, um jornalista dizia que o cumprimento da ética e da deontologia depende, essencialmente, do carácter de cada profissional. É nesse ponto que estamos?

A defesa desse ponto de vista dá razão ao ex-ministro Santos Silva, quando dizia que era preciso pôr fim a um certo liberalismo dos jornalistas. Eu acho que o exercício da profissão não está ao arbítrio de cada um. Mas a ausência de um mecanismo de auto-regulação conduz-nos a isso. E, pior ainda: conduz a que os valores da profissão estejam sujeitos aos condicionalismos do exercício da profissão de cada um. Porque uma coisa é a ética de um jornalista que está no quadro, outra é a ética do jornalista freelancer, outra é a ética do jornalista estagiário, que está à espera que abram um lugar no quadro para ter acesso à profissão… Esse é o ponto frágil da ética. Por isso, é preciso que os valores do jornalismo sejam defendidos através de uma estrutura mais representativa, uma estrutura de classe em que os jornalistas se revejam. A defesa da profissão de uma forma individual dá-nos uma falsa sensação de liberdade. Porque a profissão não se exerce de forma individual; insere-se num contexto organizacional, de corporações de media.

E a questão da descredibilização, que é fatal para o jornalismo? Há quem diga que o jornalismo nunca esteve tão mal visto como hoje.

Esse pode ser considerado um de outros factores que têm a ver com a falta de auto-regulação. Era muito importante que a sociedade visse que os jornalistas são capazes de discutir os seus problemas abertamente.

Daí que defenda a existência de um mecanismo idêntico ao CI.

Defendo um modelo desses. Mas isso não significa que não tenha de existir um mecanismo de auto-regulação. A auto-regulação não é uma forma onde os jornalistas se refugiam, numa auto-defesa da corporação; deve ser um organismo onde os jornalistas procuram discutir os seus problemas e criar um pensamento próprio sobre os desafios que se colocam ao exercício da profissão. Agora, acho também que, para que isso possa ser realizado plenamente, é preciso que esse pensamento de auto-regulação seja discutido, também, em organismos mais abertos, mais abrangentes, em que se reflictam as opiniões da sociedade civil. E o CI é um desses mecanismos. É um local onde os assuntos são debatidos, não apenas do ponto de vista dos jornalistas, mas de pontos de vista divergentes. É muito prejudicial pensarmos os valores da profissão só a partir do nosso umbigo. Se sou contra a ideia de uma deontologia capturada pelo Estado, também sou contra a ideia de os profissionais capturarem os objectivos da sociedade em defesa dos seus interesses corporativos.

Em suma, que medidas defende para implementar uma auto-regulação efectiva em Portugal?

Acho que é urgente que os jornalistas dêem sequência a algumas decisões apontadas, quer no 2º, quer no 3º Congresso dos Jornalistas Portugueses, nomeadamente, a

de autonomizar o CD, de modo a que possa ser uma instituição extra-sindical que obrigue todos os profissionais a estar-lhe vinculados e a respeitar as suas decisões. Podemos dizer: mas então estamos a caminhar para uma Ordem. Chamemos-lhe Ordem, Comissão de Ética… Eu não defendo muito a ideia de uma Ordem dos Jornalistas, porque ainda causa muitas divergências entre os jornalistas. Temos de nos centrar nos problemas a resolver, e não nas questões que nos dividem. E a forma de evitar os problemas que resultam da institucionalização de uma Ordem é uma questão que depois tem de se discutir. Mas isso não pode ser óbice a que a auto-regulação se exerça. E os jornalistas, ao não exercerem a sua auto-regulação, estão também a faltar a um dever que têm para com a própria sociedade, que é assegurar a qualidade ética e deontológica no exercício da profissão. Daniel Cornu diz que o direito de liberdade de expressão dos jornalistas é-lhes delegado pela função que exercem para com a sociedade. E eu acho que, em função desse direito que lhes é delegado, devem responder com uma auto-regulação efectiva.

A auto-regulação, no seu entender, não resolve todos os problemas com que a profissão se debate.

Eu costumo dizer que a melhor coisa a fazer, para acabar com a auto-regulação, é pensá-la como a solução para todos os problemas de uma profissão. Não é, e nem vejo nisso nada de dramático. Obviamente que me preocupa uma auto-regulação inócua ou inexistente. A Justiça também comete erros todos os dias e ninguém se lembra de acabar com os tribunais. Não há perfeição. Nunca haverá uma auto-regulação definitiva, um modelo perfeito. É preciso que haja um activismo, por parte dos jornalistas, que faça com que a auto-regulação se exerça efectivamente.

"ISTO PARECE OUTRO MUNDO!"

Voltando à questão da perda de representatividade do SJ, que considera dever-se, não tanto ao afastamento dos jornalistas, mas à não adesão dos jovens que vão entrando na profissão, talvez por ter deixado de emitir a carteira profissional…

… E, porventura, também devido a algumas pressões, alguns receios. Jornalistas que estão em situação de pre-

cariedade receiam que o facto de serem sindicalizados seja mal visto pelas empresas. É curioso: no momento em que assinou os meus documentos para tirar a carteira profissional, o meu primeiro director, Xavier de Figueiredo, na revista "África Confidencial", disse que eu era livre de não me sindicalizar, mas que devia pensar bem no assunto, porque era importante que as pessoas estivessem sindicalizadas. Foi em 1987. Isto parece outro mundo!

Acha que há um fosso muito grande entre as diferentes gerações de jornalistas?

Se calhar há um fosso de vivências e de realidades. Estou há dez anos fora das redacções e tenho alguma dificuldade em avaliar isso neste momento.

Quem chega agora à profissão está, quase sempre, numa situação frágil, sem contrato de trabalho. Pode acontecer que, de certa maneira, os mais jovens invejem os mais velhos por estes possuírem um contrato e os mais velhos tenham medo de perder o posto de trabalho por acharem que vão ser substituídos pelos mais jovens? Numa espécie de guerra escondida?

Acho que, se existe esse problema, ambos o estão a ver mal: porque os mais velhos, sempre que há uma reestruturação, vão-se embora; e os mais novos nem por isso vão para o quadro. Portanto, se a guerra é essa, é melhor repensarem os objectivos. O problema das redacções, hoje, não tem a ver com o facto de os jornalistas serem mais velhos ou mais novos; tem a ver com as transformações técnicas, económicas, da própria organização dos media.

A própria existência de cursos de jornalismo faz com que o jornalismo seja encarado, por vezes, apenas como uma carreira e não, como acontecia em muitos casos, como um ideal de profissão. Talvez que a ideia de que o jornalismo é uma boa profissão para se ser estrela e ganhar muito dinheiro esteja mais presente hoje em dia.

Mas acha que, independentemente da idade dos jornalistas, existe um certo esmorecer, uma desmotivação, nas redacções?

Vários estudos dizem que, por volta dos 40 anos, os jornalistas começam a sentir um certo desalento. Esse desalento, se calhar, resulta de outra coisa: as pessoas, hoje, chegam à profissão com ideais diferentes dos do passado. Primeiro, porque há muito mais gente a querer entrar no jornalismo. Quando eu entrei, não sei se seríamos 2000. A própria existência de cursos de jornalismo faz com que o jornalismo seja encarado, por vezes, apenas como uma carreira e não, como acontecia em muitos casos, como um ideal de profissão. Talvez que a ideia de que o jornalismo é uma boa profissão para se ser estrela e ganhar muito dinheiro esteja mais presente hoje em dia. JJ

Vodafone Casa TV
TV nova, vida nova
Grátis até ao Verão para adesões até 01/03/2010
Já não é só ver. É também rever, parar e gravar.
É escolher e não perder nada. É ver o que já passou.
É aceder às fotos e músicas do meu PC. É demais.
. Pausa TV
. Gravador digital e Videoclube
. Passou na TV
. Acesso a Fotos e Músicas do PC
Ligue 808 91 2020
power to you
vodafone

Ciência, política e media

A ciência a comunicar

Jornalistas, cientistas e políticos reuniram-se num dia de reflexão sobre o que podem fazer juntos por um debate público fundamentado

Ana Jorge

No dia em que os céus da Europa Central e do Norte foram varridos por uma nuvem de cinzas vulcânicas que se espalhavam a partir da Islândia e vulcanólogos e meteorologistas foram convocados para explicar e prever o fenómeno, em Lisboa cientistas, decisores políticos e jornalistas reuniam-se para debater as formas como podem trabalhar juntos a longo prazo para um debate público informado. A ciência e o jornalismo podem encontrar-se fora de ocasiões de crise e o workshop "Ciência, Política e Media", promovido por jovens investigadores (ver caixa), juntou representantes das comunidades jornalística, científica e política com o objectivo de compreender os seus pontos de convergência e o que é preciso mudar para melhorar as suas interacções numa sociedade do conhecimento.

Num tempo em que as decisões políticas são cada vez mais fundamentadas em estudos técnicos e científicos, seja qual for a sua área, a ciência não é apenas uma fonte de consulta, mas um participante efectivo na resolução dos problemas da sociedade, salientou o director do Serviço de Ciência da Fundação Calouste Gulbenkian, João Caraça, na abertura dos trabalhos. Para tal, os media são essenciais, já não apenas na divulgação da ciência, mas na comunicação de matérias científicas como forma de esclarecimento e de envolvimento na resolução de problemas, que não compete apenas a políticos.

Esta ideia foi, aliás, sublinhada por Sue Nelson, jornalista e apresentadora de programas de ciência há cerca de 20 anos na BBC, quer em rádio quer em televisão:

Sue Nelson, da BBC

Os trabalhos decorreram na Fundação Calouste Gulbenkian

não basta produzir programas de ciência para os nichos dos mais interessados, mas importa trazer o debate para o âmbito geral e o público mais abrangente. O próprio sector da ciência profissionalizou a sua comunicação e vê o jornalismo como meio para a sua missão. Se esta jornalista falava de como a ciência se tem popularizado nos media britânicos, em Portugal a situação está ainda longe disso, quer pela parte do jornalismo quer pela dos cientistas.

"RECENTE E ESCASSO"

O jornalismo de ciência português existe há cerca de 20 anos mas está já numa fase de contracção, contando actualmente com apenas cerca de uma dezena de jornalistas especializados, a que se somam os de ambiente. "É recente e é escasso", resume Teresa Firmino, do *Público*. Além de ter que competir com outras editorias, o jornalismo de ciência tem que transpor a linguagem científica para uma linguagem apelativa ao público em geral, adaptar a mensagem a um espaço e a um tempo menores, mantendo o rigor e tentando reflectir o confronto de argumentos que se dá nas discussões científicas.

Tudo isto é complicado com a crise que se vive nas redacções. António Granado, jornalista e professor de jornalismo da Universidade Nova de Lisboa e da Universidade Lusófona, relembra que a secção de ciência da Lusa, que chegou a contar com quatro jornalistas, se encontra actualmente extinta, tal como acontece a nível internacional, por exemplo na CNN. E o processo é irreversível. "Solução? A única resposta é as instituições científicas tomarem a comunicação nas suas mãos." Se Teresa Firmino salienta que as fontes, os cientistas, em Portugal não estão organizadas, carecendo muitas vezes as universidades de gabinetes de comunicação, o que torna essenciais os contactos pessoais com jornalistas, Granado explica por que razão certas instituições de ciência internacionais se conseguem posicionar verdadeiramente como fontes profissionais. Grandes revistas como a Science ou a Nature não só adaptam os seus critérios científicos a temas relevantes para o grande público, como estruturam o tempo e a linguagem da sua comunicação de forma a colocar os critérios noticiosos a seu favor. A par disso, para um público mais interessado, os jornais podem

O jornalismo de ciência está a perder espaço no nosso País, mas o número de cientistas tem vindo a aumentar consideravelmente nos últimos anos.

Fotos: Workshop Ciência, Política e Media

Os participantes no workshop visitaram a Assembleia da República a convite da Comissão Parlamentar de Ciência

Muitos cientistas, alguns jornalistas, poucos políticos

A ideia para o workshop "Ciência, Política e Media" nasceu em 2008, quando José Xavier, investigador do Instituto do Mar da Universidade de Coimbra, participou no European Science Open Forum em Barcelona. Nesse encontro de investigadores, membros do Parlamento europeu, jornalistas e público em geral, percebeu-se que era urgente debater sobre como melhorar as relações entre cientistas, políticos e jornalistas.
Com outros jovens investigadores do Instituto de Medicina Molecular da Universidade de Lisboa, foi possível concretizar a ideia de promover este debate que está a ter lugar à escala europeia, num evento que contou com o alto patrocínio da Presidência da República.
O balanço final é positivo: cerca de 160 participantes, entre "muitos cientistas, alguns jornalistas e poucos políticos", refere Cheila Almeida, da organização, participaram neste dia de discussão.

facilitar saídas possibilitadas pela Web 2.0, como blogues de ciência, sites colaborativos de jornalismo de ciência, sites de nicho, refere António Granado.

PRIMEIROS PASSOS

Se os campos do jornalismo, da política e da ciência se relacionam cada vez mais, persiste uma sensação de superioridade de uns em relação aos outros, comentava João Serrão, do Instituto de Ciências Sociais de Lisboa, e até mesmo um mal-estar de quem circula entre as várias áreas ou as acumula. Alexandre Quintanilha, da Universidade do Porto, afirma que não há um estímulo por parte das universidades para que os investigadores divulguem a ciência que fazem e vai mesmo mais longe: "as pessoas acham que a pessoa que faz divulgação não é bem um cientista".

Se, como se referiu, o jornalismo de ciência está a perder espaço no nosso País, o número de cientistas tem vindo a aumentar consideravelmente nos últimos anos. Se a competição aumenta no campo científico, os media noticiosos podem também aí desempenhar um papel, se servirem para colocar na agenda pública e nas mentes da população a relevância de um determinado tema e assim conquistarem apoio político e investimento público para a investigação, nota Tiago Outeiro, investigador em Medicina Molecular. "Fazer ciência é também comunicar ciência", diz. O jornalismo não serve apenas para conquistar o público e os decisores políticos, é fundamental para justificar os investimentos, acrescentou João Sentieiro, presidente da Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Os cientistas precisam de devolver à sociedade o contributo para a resolução de problemas específicos e, além disso, podem mostrar a ciência que fazem "contando estórias do que se passa na ciência".

Os cientistas vêem os media como uma forma de dialogar ou influenciar os decisores políticos.

No entanto, os cientistas não querem subjugar-se aos critérios da popularidade e do utilitarismo. Os critérios mediáticos não podem sobrepor-se aos científicos. Não só o interesse público de uma investigação científica pode não ser imediatamente visível para a população, como essa investigação demora muito tempo a produzir resultados, algo que colide com a imediaticidade do jornalismo. Outros receiam os cortes na sua mensagem, a simplificação, a edição. Contudo, António Granado sublinha que a visibilidade noticiosa da ciência não lhe confere nem significa que tenha mais qualidade do que a mais invisível.

No entanto, se as normas, tempos e linguagens de jornalismo e da ciência são diferentes, alguns cientistas percebem já a vantagem de comunicar a ciência em conjunto com os jornalistas. Alguns cientistas empenham-se em "descomplicar a ciência e contribuir para a sensibilização da opinião pública", como Nuno Crato, refere Tiago Outeiro. Outros começam a perceber que a visibilidade mediática reverte também para credibilidade científica, como referia Sue Nelson, sobre o facto de os estudos e autores referidos nos media conseguirem mais citações no meio académico-científico. "Há muita coisa boa a ser feita, mas há muito a fazer", situa Alexandre Quintanilha com o olhar de um cientista.

Juan Gelman, poeta e jornalista

Juan Gelman esteve em Portugal para falar de poesia e da sua luta em defesa dos direitos humanos.

Carla Baptista

Juan Gelman, poeta e jornalista argentino, nascido no bairro Villa Crespo, em Buenos Aires, em 1930, é uma figura desconcertante. A comitiva que o acompanhou à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, em Abril, supostamente para dar uma aula aberta aos estudantes, incluía o embaixador da Argentina e outros diplomatas, além de funcionários da Casa da América Latina e do Instituto Camões. Gente importante, portanto, que assim lhe reconhecia o prestígio que já alcançou no mundo da literatura e da luta pelos direitos humanos, confirmado pelos vários prémios internacionais atribuídos, incluindo o Prémio Cervantes, em 2007.

Mas Juan Gelman queria tudo menos dar "uma classe magistral". Disse que "tinha poucas ideias" e vinha só "com vontade de conversar". Respondia a perguntas, mas não elaborava discursos. E assim a conversa, difícil ao princípio por timidez dos alunos, acabou por fluir e foi sobre tudo - poesia e jornalismo, que são para ele a mesma coisa, a tragédia na sua vida e na do seu país, e a força que encontrou na escrita para não desistir do principal: que se faça justiça.

A história da sua vida seria cinematográfica, senão fosse também cruelmente terrena: filho de imigrantes judeus ucranianos, aprendeu a ler aos 3 anos e teve uma infância feliz, a fazer as três coisas que mais gostava: ler, andar de bicicleta e jogar futebol. Mais tarde, juntaram-se outras coisas igualmente boas: bilhar, milongas e mulheres.

Em 1976, quando a ditadura militar se instalou na Argentina, já era um autor e jornalista reconhecido, tendo ocupado os cargos de chefe de redacção da revista Panorama (1969), secretário de redacção e director do suplemento cultural do diário *La Opinión* (1971-1973), secretário de redacção da revista *Crisis* (1973-1974) e chefe de redacção do diário *Noticias* (1974).

A militância política, com passagens pela organização guerrilheira FAR, de orientação peronista-guevarista e, mais tarde, a organização Montoneros, motivaram a perseguição à família já que, em Março de 1976, quando se deu o golpe de Estado comandado pelo então general Rafael Vileda, Gelman já estava no exílio.

Em Agosto de 1976, os seus filhos Nora Eva, de 19 anos e Marcelo Ariel, de 20, juntamente com a sua nora María Claudia Iruretagoyena, de 19 anos, grávida de sete meses, foram sequestrados. Com eles, ao longo dos 7 anos (1976-83) que durou o período mais negro na história recente da Argentina, desaparecerem 30 mil argentinos. "Alguma coisa fizeram", diziam as pessoas sem perceberam que, amanhã, seriam elas. Ou o vizinho. Ou o pai. Ou a filha.

Muitos anos depois, descobriu que o filho e a nora foram executados. O corpo de Marcelo foi descoberto dentro de um contentor cheio de cimento, com um tiro na nuca. O de María Claudia nunca foi encontrado. Os crimes aconteceram no Uruguai, onde existiam campos de concentração que recebiam os presos políticos argentinos. Era um país simpático que, aparentemente, não fora cúmplice dos seus atrozes vizinhos no poder. O governo negava-o e o resto do mundo não queria realmente saber.

Gelman enfrentou a oposição à investigação por parte do presidente do Uruguai, Julio María Sanguinetti, recebendo apoio de destacados intelectuais e artistas como Günter Grass, Joan Manuel Serrat, Darío Fo, Fito Páez e o seu amigo José Saramago.

O papel do jornalista é "investigar, verificar e relatar sem se deixar levar pela contaminação ideológica".

A base dessa campanha de imprensa internacional foi o jornal *Página/12* mas foram precisas muitas alianças e vontades para que a verdade viesse à superfície. Acabou por vir e com ela um milagre: num papel encontrado através da igreja católica, leu, com olhos incrédulos, uma frase que, novamente, mudou a sua vida: "a child was born" (foi assim que a leu porque estava escrita em inglês"). Maria Cláudia teve a filha no hospital de Montevideu, a criança foi entregue a uma família que a acolheu e Juan Gelman encontrou-a, à neta, 23 anos depois.

O que os jornais dizem "tem importância", disse aos estudantes. Mas esse poder só serve se for posto ao serviço da verdade: "aquilo que não aconteceu não serve", acrescentando que o papel do jornalista é "investigar, verificar e relatar sem se deixar levar pela contaminação ideológica". JJ

DR

A Juan Guelman fo atribuido em 2007 o Prémo Cervantes

Não, não somos todos precários

Bruno Horta

Quando o *Jornal de Notícias* perguntou, a 24 de Março, ao presidente do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas se "os profissionais mais novos fazem jus à ética a que são obrigados", Orlando César respondeu que "os jornalistas mais novos", quer "os estagiários", quer os que "estão sujeitos a um regime de precariedade associado a recibos verdes", são "lançados aos bichos sem que ninguém os apoie ou os auxilie relativamente ao que é lícito". A resposta não é uma constatação de facto. É um juízo de valor que exime as pessoas das suas responsabilidades e em simultâneo as condena sumariamente. Orlando César compara os precários, só porque o são, aos jornalistas estagiários e insinua que praticam ilícitos éticos. Ignora, e não deveria, que não são só os novatos que estão em regime de precariedade, há muita gente experimentada na mesma situação. E faz de conta que não sabe, mas sabe, que a ética não é como a experiência, não se vai adquirindo; quando muito, vai-se é perdendo com o tempo. Também não apresenta casos concretos de precários que não cumprem a Lei de Imprensa, o Estatuto do Jornalista e o Código Deontológico. Limita-se, portanto, a espalhar lama.

Os jornalistas precários, como eu, são jornalistas. Como jornalistas, temos todos as mesmas obrigações éticas e deontológicas, os mesmos direitos profissionais e cívicos, os mesmos problemas na relação com as fontes e no acesso à informação. Isso é o plano das contingências. O vínculo laboral é outro plano. Nas contingências somos todos iguais, só vínculo é que não.

Outro exemplo: na já famosa Comissão Parlamentar que há pouco tempo levou à Assembleia da República destacadas figuras dos media para saber se o Governo tem ou não limitado a liberdade de expressão e a de imprensa, o presidente do Sindicato dos Jornalistas (SJ), Alfredo Maia, cometeu o erro de dizer que "no fundo, somos todos precários" – citou-o a imprensa, a 4 de Março. Referia-se aos efeitos negativos que a ameaça velada de despedimento terá hoje sobre o profissionalismo dos jornalistas. Um absurdo. Está a milhas do que são os problemas dos jornalistas precários e por isso compara o incomparável.

A frase não espanta se soubermos o que tem sido feito pelo SJ nesta questão. Só em 2008 é que acordou a sério para os precários, promovendo plenários pelo país. Só nesse ano é que passou a incluir no site oficial uma secção chamada "Freelance e Precários" (cujas últimas notícias, no momento em que se escreve este texto, datam de Novembro de 2008). E lançou o "Inquérito à Precariedade no Jornalismo", cujos resultados, dois anos depois, ainda não são conhecidos. Há poucas semanas, perguntei por mail ao SJ quando prevê divulgar os resultados. "Dentro de dias", foi a resposta.

Jornalismo precário é aquele que é feito por jornalistas avençados, a recibo verde, sem contrato de trabalho escrito ou com contrato a termo certo (situações análogas, mas que não devem ser confundidas entre si). O liberalismo económico e as suas crises, juntamente com a desorientação provocada pela quebra constante das vendas de jornais, criaram, para o bem e para o mal, os precários. Há dias, o *Diário de Notícias* dava conta da existência, em 2008, de 429 253 trabalhadores independentes registados na Direcção-Geral de Contribuições e Impostos. Destes, cerca de 21 mil cabem nas categorias de artistas plásticos, actores, músicos, jornalistas e repórteres. Serão muitos mais, como é evidente: basta pensar nos jornalistas que têm actividade aberta como "direitos de autor" e que não foram aqui contabilizados. É muita gente. São considerados independentes ou freelancers – "os profissionais mais vulneráveis no sector dos media", lembra o preâmbulo da Carta dos Direitos Fundamentais dos Jornalistas Freelancers, da Federação Europeia de Jornalistas (FEJ).

O precariado está hoje sujeito a dois tipos de dificuldades: as que resultam directamente de não terem um vínculo laboral seguro e as que resultam do desinteresse, ignorância ou má-fé das chefias e das instâncias que deveriam defender os interesses de todos os jornalistas. O empowerment dos precários passa pela questão das remunerações e do estatuto. Uma tabela nacional de preços de trabalho jornalístico freelancer e respectivas condições contratuais, como a que, por exemplo, os sindicatos de jornalistas criaram em Inglaterra, à vista de todos na internet, negociada entre patrões e jornalistas por intermédio de instâncias que os representem. Por outro lado, reconhecimento pelo Estado das especificidades do trabalho precário, nomeadamente no domínio das contribuições e impostos. Excelente exemplo é o da

petição "Antes da Dívida, Temos Direitos", apresentada à Assembleia da República pelos movimentos cívicos Activistas Precários, Fartos/as d'Estes Recibos Verdes, Plataforma dos Intermitentes do Espectáculo e do Audiovisual e Precários Inflexíveis.

Um último aspecto: os jornalistas precários competem hoje, e isso tem de acabar, com publicistas que, por alguma razão, são pagos e acreditados pelas redacções da mesma forma, como se pudessem assegurar o mesmo cuidado e a mesma independência no trabalho produzido. Não podem porque não estão vinculados às obrigações dos jornalistas, nem têm os mesmos imperativos éticos. Quem dirige as redacções está debaixo das contingências, não tem tempo para os precários, mas não pode destratar os seus pares. Internamente, é respeito o que se exige. Quem faz grande parte das notícias, na era das redacções minúsculas, é o precariado. Esse é o capital de respeito que temos e que as empresas estão a pedir que testemos e que um dia talvez seja preciso testar.

Queremos continuar a seleccionar factos, a perguntar, a incomodar, a confrontar, a escrever. Queremos descobrir, aprender, brilhar e sonhar que um dia vamos ter o nosso "Watergate". Estamos todos para o mesmo e sabemos o orgulho que temos em estar. Porque somos todos jornalistas. Não somos é todos precários.

Março, 2010

EPAL
Consigo
todos os dias

Jornalismo em Liberdade
JOÃO FIGUEIRA
Almedina, 259 pp. 2009

Texto **Silas Oliveira**

"Jornalismo em Liberdade" é o título abrangente escolhido por João Figueira para uma série de entrevistas com seis profissionais que "alteraram a forma de fazer informação em Portugal." O autor, que foi jornalista no Diário de Notícias até 2006, é doutorando em Ciências da Comunicação e integra um grupo de investigação no Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX (CEIS 20), da Universidade de Coimbra, em cujo âmbito este trabalho foi realizado.

João Figueira declara que se trata de profissionais que admira e "modificaram a visão do País e do mundo de milhares de portugueses." Podia incluir outros, como diz, de entre "todos quantos indo à minha frente melhoravam o caminho para eu poder passar." Mas os seis "imprescindíveis" são Francisco Sena Santos, Joaquim Letria, Emídio Rangel, Vicente Jorge Silva, Henrique Cayatte e Maria Elisa.

O que eles contam retrata sobretudo o período que vem desde o 25 de Abril até hoje, quando os jornalistas já podem comparar as formas possíveis de pressão sobre o seu trabalho: desde a censura oficial, em ditadura, passando pelos telefonemas dos dirigentes políticos, mais tarde por efeito dos assessores e das agências de comunicação, finalmente pela mão discreta (não menos poderosa) das imposições do mercado.

Desses primeiros telefonemas, há episódios notáveis recordados por Joaquim Letria e por Maria Elisa, que se passam, apesar de tudo, num clima de relação pessoal. "Isto era tudo mais paroquial, se quiser" - conta o primeiro. Maria Elisa diz que estes contactos directos, quando aconteciam no final dos anos 70, eram feitos "com uma certa naïveté, era uma coisa... saudável, quase. E também a pessoa podia dizer que não, que ninguém levava a mal." Emídio Rangel conta dos dirigentes políticos que assim procediam: "Muitas vezes ria-me deles, era talvez a melhor forma de olhar para aquilo."

O relato de todos ganha emoção quando descrevem o nascimento dos novos meios surgidos nestes 35 anos, e em que estiveram envolvidos

O relato de todos ganha emoção quando descrevem o nascimento dos novos meios surgidos nestes 35 anos, e em que estiveram envolvidos: Sena Santos e Emídio Rangel sobre a TSF (este também sobre a SIC), o designer Henrique Cayatte e Vicente Jorge Silva sobre o Público (e ainda sobre o Expresso), Maria Elisa sobre os vários projectos televisivos a que esteve ligada, Joaquim Letria sobre O Jornal, o Sete, o Tal & Qual e a revista Sábado.

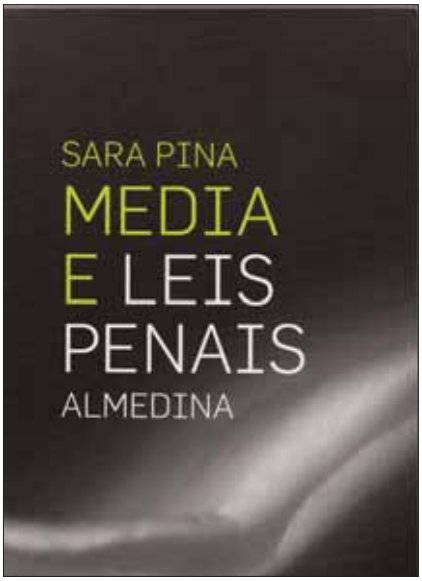
Por vezes ganha amargura, quando falam de situações em que foram afastados ou se sentiram traídos. É um terreno em que se cruzam o "saneamento" político (por efeito de novas relações de forças), o constrangimento da direcção das empresas, até conflitos de natureza pessoal ou profissional. Só estes relatos já justificariam o livro "Jornalismo em Liberdade", como matéria para uma reflexão melancólica sobre as dificuldades da arte.

"Para que serve o jornalismo?" - é a pergunta inicial. Há respostas em que a melancolia chega ao pessimismo, mas todos têm, nalgum ponto do discurso, palavras fortes sobre a responsabilidade e o modo correcto de fazer jornalismo, e indignação pelos perigos que o ameaçam. Um dos mais evidentes é a "proletarização da classe jornalística" (expressão textual de Vicente Jorge Silva). As novas gerações, já saídas de escolas universitárias, são as que conhecem o lado pior do mercado. Joaquim Letria conta de antigos alunos que fazem estágios não remunerados e ele encontra mais tarde em empregos precários. E Maria Elisa insiste na impossibilidade de fazer

jornalismo sério sem investir nos profissionais: Watergate "só foi possível porque houve um jornal que deu àqueles dois jornalistas o tempo e o dinheiro necessários para eles investigarem tudo o que era preciso."

O que é inaceitável na profissão? Mentir ou deixar-se influenciar, faltar ao compromisso com a verdade, cair nas novas formas de manipulação facilitadas pela tecnologia. Todos o afirmam, por estas ou por outras palavras.

E o que é indispensável? "Dar atenção às pessoas." Francisco Sena Santos, o primeiro destes entrevistadores/entrevistados, insiste na necessidade de "ouvi-las realmente", prestar atenção aos problemas e às soluções que procuram: "Receio que seja dominante uma cultura em que falta tempo para dar às pessoas o tempo que elas merecem."



Media e Leis Penais
SARA PINA
Almedina, Coimbra, 2009

Texto **Carla Baptista**

A investigação de Mestrado que Sara Pina, docente na Universidade Lusófona e jurista de formação, defendeu na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, deu origem a este livro, estruturado em torno de uma questão complexa: quais são os modos específicos de interacção entre media e justiça, em particular na sociedade moderna, marcada pela mudança tecnológica e por uma inflação de casos judiciais extremamente mediatizados?

Sara Pina também faz uma leitura severa da tendência crescente de "deslocalização" da justiça para os media

Centrando-se no âmbito penal, já que o criminal é o ramo do direito que suscita as questões mais acutilantes na relação com os media, a autora vê os dois campos ligados por um antagonismo essencial. Como sublinha no prefácio Cunha Rodrigues, ex-Procurador Geral da República, "de um lado as formas, os rituais, o instinto conservador e a autoridade; do outro, a informalidade, a exigência funcional de "dizer mais longe, mais depressa e mais alto", a volatilidade de conteúdos e o activismo instigador da mudança".

Embora sem a força coerciva do direito, os media também configuram um sistema de regulação social. A investigação parte do princípio de que são uma fonte informal de jure constituendo, já que, frequentemente, a cobertura jornalística amplifica as vozes que defendem alternativas legislativas concretas e promove uma discussão pública que influencia a sua inclusão na agenda política, principalmente em matéria penal e processual penal. A capacidade doutrinária dos media, torna-os, de forma indirecta, uma fonte de direito positivo. A diligência de Sara Pina, ao definir os contornos e a dimensão deste processo em Portugal, é por isso um impulso vital para compreender e desvelar o que muitas vezes se passa de forma pouco transparente, mesmo se sob a intensa, embora não necessariamente clarificadora, luz dos holofotes dos meios de comunicação social.

Sem a intensa cobertura mediática de alguns casos judiciais, dificilmente estes alcançariam o estatuto de "acontecimentos referenciais", ou seja, modelos de formação de discursos sobre problemas sociais e criadores de um padrão de associação e interpretação para novos acontecimentos.

Na história recente, "Watergate", "Dutroux", "Outreaux", "Casa Pia" ou "Maddie Mckann" são exemplos desta capacidade dos media em fixarem os enquadramentos de acontecimentos futuros, por vezes de forma demasiado vincada, transformando aquilo que deveria ser uma visão ampla e plural num "caixilho" rígido que reduz, fragmenta e até distorce o campo de visão dos cidadãos e, em consequência, a sua capacidade de avaliarem e tomarem boas decisões sobre os problemas públicos.

Este e outros poderes dos media levantam, nas sociedades democráticas, interrogações constantes sobre a sua legitimação. Historicamente, o jornalismo foi-se apresentando como uma tribuna disponível para a inclusão de todas as vozes, mesmo as que

frequentemente não acedem aos fóruns das elites, e um watchdog cuja presença vigilante contribui para o funcionamento virtuoso das instituições e a denúncia de eventuais transgressores do princípio de "bem comum". Mas, como sublinha a autora, a legitimidade mediática é um conceito dinâmico e necessita de uma re-afirmação constante, sobretudo nos tempos modernos, em que a actividade dos jornalistas é sujeita a um escrutínio permanente e por vezes resiste mal aos sucessivos erros que vai cometendo.

A apresentação das notícias em termos dualísticos e uma cobertura agressiva ou precipitada – no ethos da profissão, identificada com independência e competência do jornalista, como bem demonstra a frase de Mike Wallace, repórter do programa 60 Minutes, dizendo que pergunta "aquilo que as pessoas esperam que alguém tenha a sensatez, o atrevimento ou a loucura de perguntar" – indignam e magoam muita gente.

O sociólogo Pierre Bourdieu, citado neste estudo, foi uma das vozes mais precocemente críticas: "Para ser o primeiro a ver e fazer ver alguma coisa, o jornalista está mais ou menos disposto a tudo e, como os jornalistas se copiam mutuamente, cada um deles para fazer primeiro do que os outros, ou para fazer de modo diferente dos outros, acabam por fazer todos a mesma coisa".

Nesta linha, Sara Pina também faz uma leitura severa da tendência crescente de "deslocalização" da justiça para os media, porque a realidade criminal por estes construída é conformada por uma selecção muito particular – privilegiando o crime violento e atribuindo a responsabilidade mais a desvios individuais do que a problemas sociais – e origina um "populismo penal", ou seja, uma série de respostas legislativas casuísticas e "à flor da pele", na expressão do penalista Jorge Figueiredo Dias, um dos entrevistados no âmbito deste trabalho.

O livro prova como Portugal é um país particularmente vulnerável a esta influência. As alterações mais recentes introduzidas tanto no Código Penal como no Código de Processo Penal (respectivamente leis nº 59/2007, de 4 de Setembro, e 48/2007, de 29 de Agosto), terão resultado, na opinião da autora, bem como da maioria dos magistrados e juristas entrevistados, "de influência directa da intensa cobertura mediática da fase de inquérito do processo Casa Pia".

Os Cínicos Não Servem Para Este Ofício – Conversas Sobre o Bom Jornalismo

RYSZARD KAPUSCINSKI

Relógio d' Água, Lisboa, 2008

Texto **Carla Baptista**

Ryszard Kapuscinski nasceu em 1932 na cidade de Pinsk, na altura polaca e hoje território bielorruso. Licenciou-se em História na Universidade de Varsóvia e, ao longo da sua carreira, maioritariamente passada em África como correspondente da agência de notícias polaca (PAP), testemunhou 27 revoluções, 12 frentes de guerra e foi 4 vezes condenado a ser fuzilado.

O livro que aqui apresentamos não constitui nem de longe o melhor da sua obra, traduzida em mais de 30 línguas, incluindo 5 títulos em português, editados pela Campo das Letras - "Mais um Dia de Vida - Angola 1975"; "Ébano - Febre Africana; "O Imperador"; "O Império" e "O Xá dos Xás" – mas é uma oportunidade rara para ler um dos grandes mestres do jornalismo moderno acerca da sua profissão, já que reúne três entrevistas, duas realizadas por jornalistas italianos e uma transcrição de uma conversa pública com o crítico de arte inglês John Berger.

Kapuscinski trabalhava com base em algumas poucas convicções e toda a sua praxis se enraízava nessa ética, profundamente humanista, quase dilacerantemente próxima dos sujeitos que povoam os seus relatos. Uma é a ideia que todos os jornalistas são historiadores: "O que fazem é investigar, descrever a história no seu acontecer (…) no bom jornalismo, além da descrição de um acontecimento, há também a explicação do motivo pelo qual aconteceu; no mau jormalismo, ao invés, temos o relato do facto puro mas não conhecemos as suas causas nem os seus antecedentes. A história responde simplesmente à pergunta: porquê?"

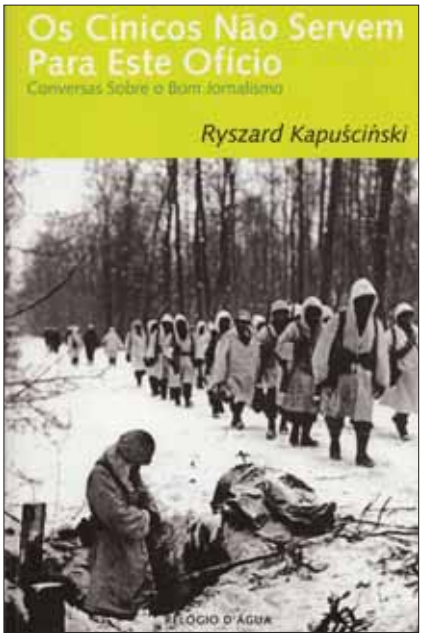
Outra era considerar que os outros são o centro da história e a principal fonte de conhecimento dos jornalistas: "Os outros são aqueles que se dirigem a nós, que nos dão a sua opinião e interpretam, por nós, o mundo que tentamos perceber e descrever. Não é possível have

jornalismo fora da relação com os outros seres humanos".

Kapuscinski acreditava no potencial transformador do jornalismo, que via como um relato "intencional" do mundo, isto é, visando produzir uma mudança positiva. Essa exigência requeria a qualidade da "empatia", ou seja, a capacidade de abdicar de si e partilhar o destino dos outros.

Na maioria das pessoas, esta posição teria uma retórica associada. Mas Kapuscinsky viveu realmente assim, de uma forma despojada, imersa e atenta ao mundo, em particular o chamado "terceiro mundo", que considerava "não um termo geográfico (Ásia, África, América Latina), nem racial (os chamados continentes de cor) mas sim um conceito existencial. Designa a vida pobre, caracterizada pela estagnação, pelo imobilismo estrutural, pela tendência à regressão, pela ameaça continua de ruína total, por uma ausência generalizada de soluções".

Em "Ébano, a Febre Africana", o autor descreve a vida difícil e cheia de peripécias orwellianas que teve em Lagos, quando aí decidiu alugar um pequeno apartamento num bairro periférico e fazer da capital nigeriana a sua base africana. Mas foi também a opção permanente pelo lado dos pobres e dos invisíveis que confere à sua escrita uma poderosa e afectiva descrição a partir do interior das cidades e dos homens, num movimento que, normalmente, parte do particular para o geral, do detalhe para o contexto: "O universo



reflecte-se numa gota de água".

No obituário que o jornal inglês The Guardian lhe dedicou, a 25 de Janeiro de 2007, dois dias depois da sua morte, aos 74 anos, o seu trabalho é descrito como sendo "reportagem literária", exigindo dele paciência e permanência nos lugares descritos: "Na política, na vida e no jornalismo é preciso saber esperar".

Aborrecia-se com o conforto burguês do mundo desinteressante dos brancos, poderosos e ricos. Viveu os últimos anos no México, partilhando muitas conversas com o amigo Gabriel Garcia Marquez e desenvolveu um criticismo ácido contra os enviados especiais que voam num dia para um cenário de guerra, destruição e doença para regressarem no dia seguinte: "Não pode ser correspondente quem tem medo das moscas tse tse, das cobras negras, dos canibais, de se envenenar com a água dos rios e dos riachos, de comer uma torta de formigas assadas, quem treme só de pensar nas amebas, nas doenças venéreas, de ser roubado e espancado" mas, para além deste cenário exótico de um mundo que Kapuscinki viveu e, de certa forma, viu desaparecer, acreditava que não podia ser jornalista "quem não sabe admitir nem gerir o seu medo, nem estar sozinho, quem não é curioso e optimista o bastante (…) quem não compreendeu que o conceito de totalidade existe na teoria, mas nunca na vida real".

Kapuscinski acreditava no potencial transformador do jornalismo, que via como um relato "intencional" do mundo, isto é, visando produzir uma mudança positiva

A conversa com John Berger, autor de ensaios célebres sobre modos de ver a arte, é um apelo "à concentração necessária para prestar atenção", uma característica necessária ao artista e ao jornalista. Também aqui Kapuscinki revela a sua personalidade aberta e disponível, entendendo que a arte e toda a forma de criação exigem do espectador uma participação activa: "Não conseguimos entender as fotografias ou a literatura se não nos colocarmos no lugar de criadores activos. Cada fotografia e cada conto necessita de dois elementos: o que fez a fotografia, pintou um quadro, escreveu um conto e, ao mesmo tempo, o que observa e lê activamente". A esta relação chama-se, provavelmente, comunicação.

Finalmente, uma palavra para o que não pode ser dito nunca, nem no espaço da reportagem, nem no espaço da arte, o lugar do silêncio. A escrita de Kapuscinki avança em saltos longos, cada vez mais exigentes, à medida que se vai estreitando a intimidade entre escritor e leitor: "Falando a um nível mais artesanal, o silêncio representa o instrumento principal para estabelecer a cumplicidade com o ouvinte e o leitor". JJ

Por Mário Rui Cardoso > marioruicardoso@rtp.pt

www.propublica.org

O online já ganha Pulitzers

Pela primeira vez, os Prémios Pulitzer (www.pulitzer.org) distinguiram o trabalho de uma publicação "online", a ProPublica. O artigo premiado, The Deadly Choices at Memorial, de Sheri Fink, apareceu nas páginas da New York Times Magazine e no "site" da ProPublica, em www.propublica.org/feature/the-deadly-choices-at-memorial-826. O trabalho, distinguido na categoria de Jornalismo de Investigação, revelou que, após o furacão Katrina, em situação de isolamento, alguns médicos de Nova Orleães tomaram decisões controversas, como aplicar injecções letais a doentes que poderia não ser possível transferir para outros locais.

A ProPublica é dirigida por Paul Steiger, antigo director executivo do Wall Street Journal, e começou a publicar os primeiros trabalhos em Junho de 2008. Actualmente, a redacção tem 32 jornalistas, cujos textos são cedidos gratuitamente – e em exclusivo – às publicações que se propuserem dar maior projecção às histórias. Em simultâneo, os textos são colocados na própria página Internet da ProPublica. O modelo de gestão é não lucrativo e baseia-se num financiamento de dez milhões de dólares atribuídos anualmente pela Fundação Sandler, dos milionários Herbert e Marion Sandler. Também são aceites contribuições individuais. Este suporte financeiro permite à ProPublica canalizar para o Jornalismo de Investigação os meios que, cada vez mais, vão escasseando nas publicações tradicionais.

Depois de tomar conhecimento do prémio, Paul Steiger comentou que a ProPublica nasceu para denunciar "abusos de poder" e "falhas na defesa do interesse público", com o objectivo de "aprender com os erros" e ajudar a "encontrar soluções". Nesse sentido, o artigo premiado forneceu "informação útil para quem tem de conceber estratégias face a uma situação de catástrofe médica". O estatuto editorial da ProPublica – que teve um outro artigo, sobre falhas na supervisão de enfermeiros, na Califórnia, entre os finalistas do Pulitzer, na categoria de serviço público – torna claro que o objectivo do projecto é assumir-se como alternativa numa paisagem comunicacional em que "proliferam as fontes de opinião, mas as fontes dos factos nos quais essa opinião se baseia estão a escassear".

Também o prémio de cartoon editorial foi pela primeira vez atribuído a uma ideia pensada para a Net. O "site" www.sfgate.com, do San Francisco Chronicle, bateu a concorrência ao Pulitzer, nessa categoria, com as tiras cómicas animadas de Mark Fiore.

http://news.yahoo.com/s/ap/20100413/ap_on_re_us/us_think_tank_journalism

Publicações pagas por conservadores

Um fenómeno está a conquistar rapidamente expressão na paisagem mediática norte-americana. Um número crescente de grupos privados surge a financiar projectos noticiosos alternativos aos media tracidionais, numa altura em que os grandes meios desinvestem das suas redacções estaduais. É uma realidade que tem progredido ao mesmo ritmo da evolução do movimento Tea Party, que reúne os elementos mais radicais da oposição conservadora a Barack Obama. Mas se é certo que, para rivalizar com o Tea Party, apareceu um Coffee Party – um movimento de apoiantes do Presidente norte-americano –, o mesmo não se pode dizer relativamente ao financiamento de novos projectos informativos por grupos de esquerda. É que a maior parte dos que aparecem são suportados por "think-tanks" conservadores.

Jornalistas séniores e observatórios de imprensa não escondem a preocupação com os riscos da falta de isenção e das agendas escondidas, nestes novos projectos que publicam quase exclusivamente na Net, parecem-se com "sites" convencionais de informação e angariam leitores deixados órfãos pelos media tradicionais que desinvestiram na informação de âmbito estadual. Essa inquietação face ao grau de independência destas publicações leva a que alguns dos seus responsáveis ocultem as respectivas fontes de financiamento. Mas o que daí resulta, em certos casos, é uma impossibilidade de acesso a acreditações jornalísticas, já que as entidades emissoras de credenciais têm muita relutância em credenciar jornalistas de publicações que não são transparentes quanto às suas fontes de financiamento.

www.pbs.org/mediashift/2010/03/the-spill-effect-twitter-hashtag-upends-australian-political-journalism061.html

A força do Twitter

Em Portugal, a febre do Twitter passou – ou foi substituída pelo Facebook –, mas aquela ferramenta de "micro-blogging" continua a denotar forte potencial, nomeadamente na produção de notícias.

Em artigo para o "site" da PBS, Julie Posetti reflecte sobre a importância do Twitter no acompanhamento da crise que conduziu, na Austrália, ao colapso da liderança do Partido Liberal, no final de 2009. A autora considera que o fenómeno – que ficou conhecido como "#spill" – pôs em relevo que o Twitter "está a tornar-se uma ferramenta da democracia participativa na Austrália, pela sua capacidade de criar interacção não mediada entre jornalistas, cidadãos e políticos". Durante o "#spill", que se prolongou por uma semana, os jornalistas "twitaram" em directo cada passo da polémica que resultou no afastamento do líder da oposição australiana, Malcolm Turnbull. "Twitaram" notícias de última hora, fizeram coberturas em directo de conferências de imprensa, colocaram fotografias, opinaram, ligaram para notícias desenvolvidas nos seus jornais, discutiram actualizações noticiosas e procedimentos jornalísticos com os seus colegas e o público. Este acompanhou com interesse e chegou a haver interacção de leitores com alguns políticos. O próprio Turnbull utilizou o Twitter para se defender junto dos eleitores e da opinião pública. E resignou pelo Twitter, também.

Os políticos ficaram colados. Jornalistas contaram que membros dos gabinetes políticos lhes ligaram a pedir esclarecimentos sobre "tweets". Em suma, o Twitter obteve legitimidade como plataforma para a cobertura noticiosa da política australiana. Annabel Crabb, da ABC, caracterizou a situação como "adequada ao Twitter", dada a versatilidade desta ferramenta para acompanhar ao segundo acontecimentos voláteis, "anárquicos e sempre a mudar", como foi o caso da crise no Partido Liberal.

Na segunda parte do artigo, em www.pbs.org/mediashift/2010/04/how-spill-effect-brought-color-collaboration-to-media-tweets103.html, Julie Posetti sublinha alguns efeitos observados no recurso sistemático ao Twitter dos jornalistas políticos australianos. Um é a colegialidade do trabalho. Durante o "#spill", os jornalistas partilharam processos e informação, reenviaram "tweets" da concorrência e acabaram por contar uma história de forma colaborativa, num fluxo rápido de informação sempre a mudar. Os leitores aderiram, seguindo os seus jornalistas preferidos no Twitter, e mostraram-se mais interessados nos "tweets" que incluíam alguma "cor", opinião e humor do que naqueles que se limitaram a comunicar factos.

Não obstante o claro desafio que coloca ao critério da objectividade jornalística, Lyndal Curtis, da ABC Radio, refere o "efeito humanizador do Twitter". "Permite-me mais espaço para ser eu própria e para ter algum humor", regozija-se. Mas permite mais margem, também, para a publicação de informação que não passou por um processo de verificação e filtragem. Sendo essa uma das principais discussões, no momento, quando se fala do Twitter aplicado ao Jornalismo. Ver http://media.twitter.com.

www.cjr.org/behind_the_news/inside_the_worlds_largest_fact.php

Verificação de factos: o exemplo Der Spiegel

Craig Silverman, editor executivo da PBS MediaShift, publica na Columbia Journalism Review, um artigo dedicado ao departamento de pesquisa e verificação de factos (fact checking) da Der Spiegel. A revista alemã possui, talvez, a maior estrutura de fact checking do mundo, com 80 pessoas a trabalhar a tempo inteiro nas tarefas de apoio documental e verificação factual da informação produzida pelos jornalistas. Acrescem 30 colaboradores em regime de part time. Esta realidade contrasta com a da New Yorker, por exemplo, com apenas 16 fact checkers.

Os funcionários do departamento de verificação de factos da Der Spiegel estão divididos por especialidades, numa estrutura que tem vindo sucessivamente a aperfeiçoar-se, desde a sua fundação, no final dos anos 40. No entanto, Axel Pult, director adjunto do departamento, não dá o futuro como adquirido. "Durante muitos anos, a revista foi muito bem sucedida economicamente. Teve, portanto, os recursos para sustentar esta estrutura importante. Por essa razão, será interessante observar o que acontecerá quando tivermos menos dinheiro", afirma.

http://newstilt.com

O clube dos jornalistas

Nasceu, em Abril, uma plataforma para um novo modelo de Jornalismo, centrado no jornalista. Trata-se de uma comunidade profissional, a NewsTilt, cuja finalidade é desenvolver, alojar e gerir a publicidade de "micro-sites" de jornalistas em nome individual. Um candidato que veja o seu projecto ser aceite – não é fácil, uma vez que os critérios de admissão são muito exigentes – conquista o direito a um "site" desenhado e gerido pela NewsTilt, que apenas fica com 20% das receitas publicitárias. Ou seja, a plataforma fornece a tecnologia, gere o negócio e ainda deixa o jornalista ficar com a maior parte das receitas geradas. O que é exigido ao titular de um "site" é que promova a interactividade com os leitores, respondendo a perguntas e até aconselhando-se com eles sobre ideias para histórias.

A comunidade é formada, neste momento, por 30 jornalistas seleccionados entre 150 candidaturas oriundas de todo o mundo.

NAIR
ALEXANDRA

O filme do Museu de Arqueologia

Pode ser que este filme tenha um final feliz. Mas à hora a que escrevo ainda se mantém a decisão, pelo ministério da Cultura (MC) de transferir o Museu Nacional de Arqueologia (MNA), com o seu importantíssimo espólio, para a Cordoaria Nacional, contra relatórios e pareceres técnicos que desaconselham tal coisa. E dito isto, suspeito que muita água vai correr debaixo da ponte. Adaptando a expressão popular às circunstâncias: muita água do Tejo corre apenas um metro debaixo do edifício da Cordoaria, um complexo fabril setecentista que constitui um caso muito raro no quadro do património edificado europeu e que merecia mais cuidado, por si próprio, e, claro, pelo MNA, instituição secular fundada por Leite de Vasconcelos, que então pensou a instituição como um «museu do Homem português».

Recordemos: celebrou-se em 2009 um protocolo entre o Ministério da Cultura – MC - (que tutela os museus) e o da Defesa (que tutela a Marinha) nestes termos: tendo em conta a urgência de desactivar armazéns onde funcionavam serviços afectos ao MC (incluindo alguns ligados à Arqueologia) para o terreno onde ficará o novo edifício do Museu dos Coches, o ministério da Defesa cedeu uma parte do comprido complexo da Cordoaria à Cultura. A contrapartida foi um presente de elevado quilate: nada menos que ceder ao ministério da Defesa (na prática, museu da Marinha) todo o espaço oitocentista do mosteiro dos Jerónimos, que aquele partilhava com o MNA. Como se fará? De uma penada: indo este para a Cordoaria. Sem estudos prévios sobre as capacidades do edifício para albergar um espólio grande, que inclui peças pesadas e outras delicadas, sem estudos de custos, de impacte urbanístico (o MNA é um dos museus mais visitados do país), nada.

Claro que a decisão provocou arrepios nos meios ligados a estas áreas. E só não houve mais ruído porque museus e património são coisas que interessam cada vez menos aos «média» portugueses, já que aligeirar é a palavra de ordem. Disso sou eu testemunha: no princípio da década de 2000 encontrava facilidade e espaço bastante razoáveis para fazer notícias e reportagens sobre estes temas. No princípio de 2009 fazer esse trabalho transformou-se, afinal, numa tarefa hercúlea, já que os editores a quem eu explicava o que estava a acontecer no museu pouco ou nada se interessavam por essas questões, mesmo se minuciosamente explicadas. Mas pediam-se «coisas giras» (?), produções fotográficas, imagens atraentes… Adiante. Como não estou a escrever uma notícia mas um texto opinativo, reservo-me a liberdade de sublinhar que esta não é uma questão «gira». Só que é grave.

Parêntesis encerrado, nas últimas semanas a situação precipitou-se: depois de a nova equipa do MC ter parecido sensível aos argumentos que desaconselhavam a transferência do MNA, foi decidido que era necessário cumprir prazos quanto antes e que a chamada «Torre Oca», um dos principais espaços expositivos do MNA, teria de ser esvaziada logo. Houve uma acção de protesto no último dia 8 de Maio, com a Torre tristemente vazia, o Grupo de Amigos do MNA pôs um processo judicial contra o Estado português. E no momento em que escrevo, leio uma notícia do Público segundo a qual o Instituto dos Museus e da Conservação já encara a possibilidade de não concretizar esta transferência surreal. Por outro lado, o Bloco de Esquerda apresentou já no Parlamento um projecto de resolução para a suspensão de todo o processo até à elaboração de estudos fiáveis, que deve ser votado em breve, e provavelmente terá o apoio de todos os partidos de oposição. Aliás, vários partidos têm-se movido contra esta loucura, desde o PCP ao CDS/PP.

Assim, ainda espero pelo final feliz deste filme tão atribulado. Só que, entretanto, outros escândalos em torno dos museus e do património surgem no horizonte. Sei que muitos jornalistas, como eu, hão-de querer falar deles.

Só é preciso que os deixem. JJ

INATEL TURISMO

UNIDADES HOTELEIRAS
FUNDAÇÃO INATEL

A Fundação INATEL coloca à disposição de todos a qualidade de serviço até agora apenas usufruída pelos seus beneficiários associados.

Uma vasta oferta turística, excelente qualidade no serviço prestado e preços muito competitivos, fazem da Fundação INATEL uma referência no mercado turístico em Portugal.

↑ **INATEL CAPARICA**
35 quartos, bar, restaurante e piscina.
Sala de reuniões, Wi-Fi, parque infantil e parque de estacionamento privativo.
Tel: 212 918 420/30 | inatel.caparica@inatel.pt

↑ **INATEL SÃO PEDRO DO SUL**
77 quartos, bar e restaurante.
Sala de reuniões Wi-Fi, salão de jogos, espaço infantil, biblioteca e parque de estacionamento privativo.
Tel: 232 720 200/1 | inatel.spsul@inatel.pt

↑
INATEL OEIRAS
138 apartamentos, bar e restaurante.
Sala de reuniões, piscina, Wi-Fi, parque infantil e parqueamento automóvel individual.
Tel: 210 029 800/801
inatel.oeiras@inatel.pt

←
INATEL VILA RUIVA
32 quartos, bar, restaurante e piscina.
Sala de reuniões, sala de jogos, biblioteca, Wi-Fi e parque de estacionamento privativo.
Tel: 271 776 015/16 | inatel.falgodres@inatel.pt

→
INATEL LINHARES DA BEIRA
26 quartos, bar e piscina.
Sala de reuniões, Wi-Fi, campo de ténis e parque de estacionamento privativo.
Tel: 271 776 081 inatel.linhares@inatel.pt

↑
INATEL FOZ DO ARELHO
136 quartos, bar e restaurante.
Sala de reuniões, Wi-Fi, ginásio, capela, parque infantil e parque de estacionamento privativo.
Tel: 262 975 100 | inatel.foz@inatel.pt

5% de desconto*

DESCONTO EM RESERVAS ANTECIPADAS
(Exclusivo para Beneficiários Associados)

Obtenha **5% de desconto adicional** entre **1 de Outubro a 29 de Dezembro**, efectuando a sua **reserva até 31 de Julho.**

Aproveite esta oportunidade!
INSCREVA-SE NA FUNDAÇÃO INATEL

www.inatel.pt

*Regime APA. Não é acumulável com outras ofertas ou promoções.

Equilibre a sua vida com as suas contas.

Não é fácil equilibrar as suas contas, mas é possível. É possível se planear a sua vida. De um lado, com o que tem, do outro, com o que quer. Porque é preciso equilibrar as despesas da casa, do supermercado, do carro, da escola das crianças, com um jantar especial, um vestido novo, um televisor melhor, uma viagem que sempre quis fazer.

Para gerir as suas contas e a sua vida, pode contar com a nossa ajuda.

Em **www.saldopositivo.cgd.pt** vai ficar a saber como maximizar o orçamento familiar, evitar excessos que prejudiquem a economia doméstica e ainda como ajudar os mais novos a gerir a semanada.

Equilibre as suas contas. Dê à sua vida um saldo positivo.

Programa de Educação Financeira
SALDOPOSITIVO
O que mais conta é saber

www.cgd.pt/Institucional/Sustentabilidade