JORNALISMO & JORNALISTAS

JJ é uma edição do Clube de Jornalistas >> [número duplo] n.º 63 Jul/Dez 2016 >> 2,50 Euros

AFIRMAR O JORNALISMO é o lema do 4.º Congresso



CONGRESSO DOS JORNALISTAS

Atribuídos os Prémios Gazeta

ANÁLISE 1 A FOTOGRAFIA NA IMPRENSA ANÁLISE 2 A CONSTRUÇÃO DA CULTURA PROFISSIONAL DOS JORNALISTAS ATRAVÉS DO CINEMA HISTÓRIAS

DE JORNALISTAS MANUELA DE AZEVEDO HOMENAGEM PAQUETE DE OLIVEIRA



		Preço por pessoa em duplo	Suplemento individual
Days Hotel VEF Riga 3*(1)	APA	399€	79€
PK Riga Hotel 4*(2)	APA	439€	102€
Radisson Blu Daugava Hotel 4*(3)	APA	439€	102€

- (1) Disponivel para Semana Santa e Feriado de 1º de Maio
- (2) Disponivel apenas para Semana Santa
- (3) Disponível apenas para Feriado 1º de Maio

Inclui: Preço por pessoa em quarto duplo. Voo charter directo Lisboa/Riga/Lisboa (catering a pagar a bordo e conforme consumo); transferes aeroporto-hotel-aeroporto; 3 noites no hotel seleccionado em regime de alojamento e pequeno-almoço; taxas de aeroporto (33€, sujeitas a alterações legais)

Não Inclui; Despesas de reserva (30€); seguro de viagem - opcional (consulte-nos).



HALCON.PT

707 200 201

RNAVT 2281

Director Mário Zambujal

Direcção Editorial Eugénio Alves

Fernando Correia

Conselho Editorial Fernando Cascais

Francisco Mangas

José Carlos de Vasconcelos

Manuel Pinto Mário Mesquita

Grafismo José Souto

Palmira Oliveira Secretária de Redacção

Colaboram neste número

Carina Martinho Coelho Carla Baptista Gaspar Garção Gonçalo Pereira Rosa José Frade Mário Rui Cardoso Paulo Martins

Propriedade

CLUBE DE JORNALISTAS A produção desta revista só se tornou possível devido aos seguintes apoios:

- Caixa Geral de Depósitos
- Casa da Imprensa
- Lisgráfica
- Fundação Inatel
- Vodafone

Tratamento de imagem Impress - Impressral Center Unipessoal, Lda

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 Iornalistas R. das Trinas, 127 1200 Lisboa Telef. - 213965774

Fax- 213965752 e-mail:

cj@clubedejornalistas.pt

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA AOS SÓCIOS DO CLUBE DE JORNALISTAS E AOS ASSOCIADOS DA CASA DA IMPRENSA PERIODICIDADE TRIMESTRAL

Site do CJ

www.clubedejornalistas.pt

PRÉMIOS GAZETA 2015
Reunido no Clube de Jornalista, o Júri dos Prémios

Gazeta, os mais prestigiados galardões de jornalismo em Portugal, uma iniciativa anual promovida pelo CJ, com o patrocínio exclusivo da Caixa Geral de Depósitos, analisou e deliberou sobre os trabalhos concorrentes, relativos a 2015.

4.ºCONGRESSO

Quase duas décadas depois do último congresso, os jornalistas mobilizaram forças - e encontram vontades - para voltarem a reunir-se. "Afirmar o Jornalismo" é o lema do 4.º Congresso, que vai decorrer entre 12 e 15 de janeiro no Cinema São Jorge, em Lisboa. Por Paulo Martins

ANÁLISE A FOTOGRAFIA NA IMPRENSA

O olhar dos fotojornalistas portugueses

Vivemos atualmente uma era em que fotografar se tornou uma prática de rotina. Com as novas tecnologias, a digitalização e a existência de dispositivos, como o telemóvel, ao alcance de qualquer um, a fotografia corre o risco de se banalizar. Por Carina Martinho Coelho

A construção da cultura profissional dos jornalistas através do cinema

O objetivo deste artigo é o de tentar compreender como o cinema tem retratado, ao longo dos anos, a cultura profissional do jornalismo, ou seja, que imagem do jornalista está a ser passada para o público através do cinema Por Gaspar Garção



JORNAL

[42] Livros Por Carla Baptista

[44] Casa da Imprensa

[46] Sites Por Mário Rui Cardoso

HISTÓRIAS DE JORNALISTAS "SOU CRIADA DE SUA MAJESTADE"

> Esta é a história da entrevista de Manuela de Azevedo com Humberto de Sabóia. Por Gonçalo Pereira Rosa

HOMENAGEM PAQUETE DE OLIVEIRA

> Nesta primeira edição da JJ publicada após o falecimento de Paquete de Oliveira, em Junho passado, não poderíamos deixar de aqui lembrar alguém que no nosso país marcou as últimas três décadas de crescimento e consolidação das ciências da comunicação, quer no plano da investigação quer no do ensino, em particular no que se refere ao jornalismo.

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

Ao longo de mais de quinze anos, 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

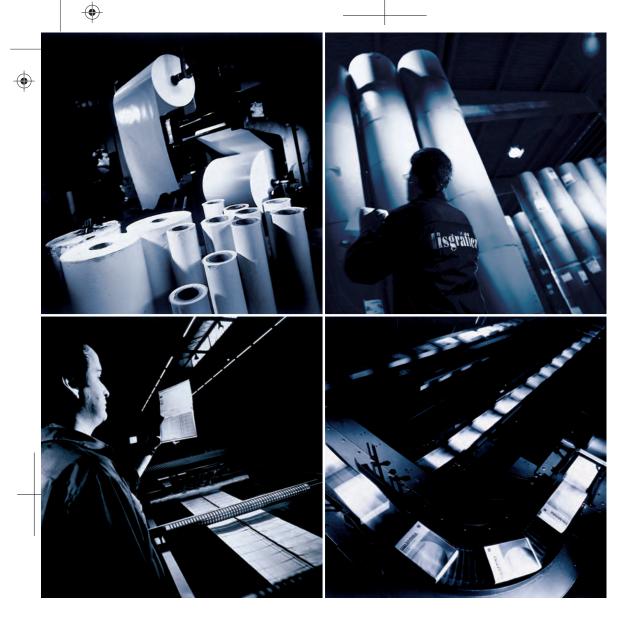
Assinatura anual > 4 números: > 10 Euros

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: cj@clubedejornalistas.pt

Site do CJ www.clubedejornalistas.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.





Prémios 15 Gazeta 2015

Atribuídos os Gazetas 2015



Reunido no Clube de Jornalista, o Júri dos Prémios Gazeta, os mais prestigiados galardões de jornalismo em Portugal, uma iniciativa anual promovida pelo CJ, com o patrocínio exclusivo da Caixa Geral de Depósitos, analisou os trabalhos concorrentes, relativos a 2015, com o seguinte resultado:

PRÉMIO GAZETA REVELAÇÃO

atribuído a **Sibila Lind**, jornalista do *Público*, pelo seu trabalho "Anatomia de uma Ópera". Durante um mês, a jovem jornalista acompanhou e descreveu, de forma rigorosa e apelativa, os bastidores e ensaios de uma ópera ("The Rake´s Progress", de Stravinsky, encenação de Rui Horta, e direcção musical de Joana Carneiro) que trata do amor, a perda e a loucura, "tão comuns - sublinha - na ópera como na vida".

PRÉMIO GAZETA DE FOTOGRAFIA

atribuído ao fotojornalista açoreano Pepe Brix pela reportagem "Código Postal: A2053N", um impressionante retrato da vida dos pescadores portugueses a bordo dos bacalhoeiros da frota portuguesa, que continuam a embarcar rumo à Terra Nova. O trabalho foi publicado na edição de Fevereio de 2015 da edição portuguesa da National Geographic e, posteriormente,

noutro formato, na DN Magazine. Rita Colaço, da Antena 1, foi a vencedora do **PRÉMIO GAZETA DE** RÁDIO, com a reportagem "Mar da Palha, Zona C", sobre o quotidiano de centenas de homens, mulheres e, por vezes crianças, em busca de ameijoa no estuário do Tejo. Ganha-se e perdese a vida - descreve a repórter - mas dali saem toneladas de amêijoa japonesa, dando início a um circuito ilegal até Espanha. As que ficam em Portugal chegam à mesa dos consumidores, muitas vezes, contaminadas porque se encontram em zona C - área que exige uma depuração especial, inexistente no nosso país.

PRÉMIO GAZETA MULTIMÉDIA

atribuído a **Catarina Santos** pela reportagem "20 anos são dois dias", publicada no *site* da Rádio Renascença. Com recurso a texto, vídeo, fotografia e elementos gráficos, Catarina Santos revisita a Bósnia e Herzegovina, 20 anos depois do fim da guerra, procurando entender, e descrever, até que ponto as feridas abertas pelo conflito foram sarando, e se a miragem de uma possível integração na União Europeia contribui ou não para o desenvolvimento efectivo do país.

Ricardo J. Rodrigues foi o vencedor do PRÉMIO GAZETA DE IMPRENSA





com o trabalho "Um milagre na Guerra ou as muitas vidas de Isabel Batata Doce", publicado na Notícias Magazine. Com sensibilidade e rigor jornalístico, conta-se a história de uma bebé de 2 anos, encontrada por soldados portugueses no mato, em Angola, no tempo da guerra colonial. Acolhida no quartel e trazida depois para Portugal, aqui cresceu com o apoio desses militares. No dia 29 de Setembro de 2015, cinquenta anos depois, Isabel Jacinto procurou no arquivo do Diário de Notícias um exemplar da edição que meio século antes noticiara, na primeira página, o baptismo da menina, no Sameiro, em Braga. Isabel queria levar uma cópia do jornal ao almoço de convívio dos antigos militares e, também, fazer perguntas, tentar reconstruir a memória desse passado de que sabia tão pouco e "gostava tanto de saber mais."

O PRÉMIO GAZETA DE TELEVISÃO

foi atribuído pelo júri a Sofia Leite, da RTP, pela reportagem "Água Vai, Pedra Leva", sobre as levadas da Madeira, uma engenhosa forma tradicional de irrigação dos terrenos do sul por águas do lado norte e do interior montanhoso, que remonta ao próprio povoamento da ilha e se tornou património cultural. Estes autênticos aquedutos, talhados na

rocha desde o século XV, têm, hoje, mais de 1500 quilómetros de extensão. Nos anos 40 do século passado houve um grande impulso na construção de levadas. Os trabalhadores eram suspensos do alto em cestos de vime, enquanto atacavam a pedra resistente com picaretas. Muitos perderam a vida para levar água e eletricidade à ilha. A reportagem apresenta, pela primeira vez, imagens em movimento da construção das levadas, e narra, através de testemunhos inéditos, essa secular epopeia madeirense. - A imagem de Paulo Alexandre,

edição de imagem: Sérgio Alexandre e som de António Garcia.

Ao jornal **Reconquista**, semanário da Beira Baixa, com sede em Castelo Branco, foi atribuído o GAZETA DE IMPRENSA REGIONAL. Fundado em Maio de 1945, o jornal, dirigido por Agostinho Dias, assume-se, desde então como "semanário regional de informação geral e de inspiração cristã". Graças à sua ampla e diversificada informação sobre a realidade regional, a par de uma bem sucedida interação com as escolas da região, o Reconquista assume-se, igualmente, como líder de audiências na sua área de influência, com número considerável de assinantes, uma tiragem semanal de 13 mil

exemplares e uma atractiva, e permanentemente actualizada edição on-line.

O Troféu **GAZETA DE MÉRITO** foi atribuído a Vicente Jorge Silva. Natural da Madeira (1946). VIS iniciou uma longa e destacada carreira de jornalismo na direcção do Comércio do Funchal, um dos casos mais singulares na Imprensa portuguesa no tempo da ditadura. Teve, depois do 25 de Abril, um papel determinante na criação e direcção da Revista do Expresso, publicação de referência na abordagem dos temas culturais e internacionais. Fundador e primeiro director do jornal Público, Vicente Jorge Silva é um indiscutível exemplo de profissional inovador e pioneiro na Imprensa nacional das últimas décadas do século XX.

O Júri dos Prémios Gazeta 2015 teve a seguinte constituição: Eugénio Alves (CJ), Cesário Borga (CJ), Eva Henningsen (Associação da Imprensa Estrangeira em Portugal), Fernanda Bizarro (Freelancer), Fernando Correia (jornalista e professor universitário), Fernando Cascais (docente universitário e Cenjor), Jorge Leitão Ramos (crítico de cinema e televisão), José Rebelo (docente universitário) e Paulo Martins (docente universitário e Comissão da Carteira Profissional). .

gazeta revelação Sibila Lind



"Sibila é o nome da primeira que nascer", disse a minha mãe ao pousar o livro de Augustina Bessa-Luís. E assim foi. Nasci em 1990, em Braga, mas

um ano depois já estava a viver na capital. O desenho foi a minha primeira paixão mas quando terminei a licenciatura em Belas Artes, acabei por me interessar mais pela fotografia e pelo vídeo. Fiz parte do projecto "A música portuguesa a gostar dela própria" e mais tarde entrei na Câmara Municipal de Cascais, onde passado um mês já tinha uma fotografia como capa do jornal. Foi aí que percebi que adorava trabalhar com imagem, mas especialmente se lá estivesse uma coisa: uma história. No primeiro ano do mestrado em Jornalismo, fui convidada para fazer parte de uma cooperativa de media digitais: os "Bagabaga Studios". Foi o meu primeiro contacto com o mundo do jornalismo, que mais tarde se veio edificar com a entrada no jornal PÚBLICO, como jornalista multimédia. Na minha tese de mestrado, relacionei a arte com o jornalismo e explorei a importância das "estórias" e da "voz" e "olhar" no contexto jornalístico, que desaparecem quando optamos pela imparcialidade e objectividade. Gosto de trabalhar com temas ligados aos direitos humanos, igualdade de género e com histórias de pessoas "cujas vidas privadas têm um grande significado". Como jornalista multimédia, procuro aproximar o storytelling ao mundo visual, sempre na fronteira entre arte e jornalismo que, com o passar do tempo, acredito que se venha a tornar cada vez mais imperceptível.

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

Fevereiro 2015 Jornalista multimédia no jornal Público

Abril 2014 Colaboradora no departamento de narrativa e produção multimédia

Fevereiro 2013 - Janeiro 2014 Fotógrafa na Câmara Municipal de Cascais **Janeiro - Abril 2013** Videógrafa no Projecto "A Música Portuguesa a Gostar dela Própria"

FORMAÇÃO

2013/2015 Mestrado em Jornalismo (FCSH)

2011 Erasmus, Arte Multimédia (Muthesius Kunsthochschule, Alemanha) 2008/2011 Licenciatura em Arte multimédia (FBAUL)

EXIBIÇÃO DE FILMES

2016 "Como se não existisse nada" no Doclisboa2016. "Chá da meia-noite" no festival internacional Changing Perspectives Short Film Festival e na conferência Queering Partnering 2016 2015 "Chá da meia-noite" no festival QueerLisboa19 e no festival XV Encontros de cinema de Viana do Castelo. "Assim na terra como no céu" no festival XV Encontros de cinema de Viana do Castelo e Curtas à beira-mar. "Um dia normal" na sessão especial do jornal *Público* no Doclisboa2015

EXPOSIÇÕES

23/31 Maio, 2014 "Aus!Ich bin Josefina" e "Wanderlust" no Palácio Quintela, Lisboa 25 Novembro, 2011/14 Janeiro, 2012 "Aus!Ich bin Josefina" na Plataforma Revólver, Lisboa

GAZETA DE FOTOGRAFIA

Pepe Brix



Pepe Brix nasceu em 1984 na ilha de Santa Maria, no seio de uma família de fotógrafos e artistas. Seu pai, Max Brix Elisabeth e seu Avô

Pepe, ambos fotógrafos, foram certamente a sua inspiração! A criatividade e espírito de aventura, seguramente uma herança de sua avó Emma, trapezista no Circo Cardinali.

Pepe Brix é o nome artístico de Rui Barros Brix Elisabeth, um jovem mariense, que toda a gente conhece, de que toda a gente gosta! De quem toda a gente é amiga! Pepe Brix, com 12 anos de idade, começou a fotografar e dedicou-se também aos serviços de laboratório no estúdio do seu pai. Após terminar os estudos em Santa Maria, realizou um curso profissional de fotografia no Porto, no Instituto Português de fotografia.

O seu espírito de aventureiro levou-o a realizar expedições a lugares longínquos, sempre com a ânsia de conhecer outras culturas, outras personalidades, outros povos, outros Mundos.

Em 2009, Pepe aventurou-se numa grande expedição ao Peru, onde fotografou sítios como Mancora, Amazônia, Cusco, Lago Titicana e Arequipa, da qual resultou a exposição fotográfica "Inti Raymi, na Rota do Sol". Em 2012, foi a vez de explorar a Índia e o Nepal, durante 4 meses, e que teve como resultado a exposição fotográfica "Ensaio sobre o comprimento do silêncio", estruturado em dois andamentos: "Índia, a horizontalidade do silêncio" e "Nepal, a verticalidade do silêncio", resultando na publicação de um livro com o mesmo nome em co-autoria com o escritor Daniel Gonçalves, que escolheu Santa Maria para viver.

Em 2015, integrou a expedição de moto Lisboa-Pequim-Lisboa, em que documenta a viagem de 2 meses de 3 portugueses pelo Mundo. Pepe foi, ainda, júri em várias edições do concurso "Labjovem - Jovens Criadores", e em concursos de fotografia subaquática.

GAZETA DE RÁDIO

Rita Colaço



Rita Colaço nasceu em Mação em 1979. Julga que quase nasceu repórter, enfeitiçada pelo cheiro da cortiça de uma rádio pirata nos arredores de

Abrantes. Porém, foi por entre *cumulonimbus* e nuvens de desenvolvimento horizontal que se formou, condensados numa licenciatura em geografia. Interessada em compreender e contar fenómenos humanos, mais do que os naturais, embora ambos indissociáveis, reencontrou-se com o som no CENJOR



em 2001. Na Antena 1 desde 2003, esteve em países como Coreia do Norte, Coreia do Sul, Uganda, Líbano ou Jordânia, mas vê Portugal como um país de latitudes ainda por contar. Actualmente, é produtora e repórter no programa semanal "Só Neste País". Tem sido várias vezes premiada pelas suas reportagens e é a segunda vez que recebe o Prémio Gazeta de Rádio.

GAZETA MULTIMÉDIA Catarina Santos



Catarina Santos nasceu em 1982 em São Pedro de Avioso, Maia. Enquanto se distraía com as novelas feitas de pedaços de memória dos avós foi desenvolvendo

um especial interesse por ouvir e contar histórias.

No momento de escolher um curso, o Jornalismo surgiu como promessa de um dia poder escrever todos os dias. Mas, sem aviso, a rádio tropeçou-lhe no caminho e apaixonou-a. Ao mesmo tempo, os primeiros contactos com o vídeo foram-lhe fermentando a vontade de explorar caminhos visuais para construir narrativas jornalísticas. Foi, portanto, já a fazer algum malabarismo que completou, em 2004, a licenciatura em Jornalismo e Ciências da Comunicação na Universidade do Porto e estagiou na Rádio Renascença. Saltitou depois entre colaborações avulsas aqui e acolá, incluindo um jornal só para médicos e um canal de televisão só para estudantes, até aterrar de novo na Rádio Renascença, em 2008, agora na equipa multimédia.

Tem para si que não há meio que abra mais espaço para a imaginação do que a rádio; que há enquadramentos da realidade que não prescindem do poder da imagem; que a palavra escrita será sempre insuperável no que permite de profundidade e precisão. Seja em temas de sociedade, na área do cinema ou no meio de uma campanha eleitoral, vê na possibilidade de dispor de todas estas

ferramentas uma enorme mais-valia, colocando cada meio a prestar o serviço que mais se adequa a cada reportagem.

GAZETA DE IMPRENSA

Ricardo J. Rodrigues



Ricardo J. Rodrigues nasceu em 1976 e é jornalista desde 1998. Escreve na Notícias Magazine e ensina jornalismo na Universidade

Lusófona, em Lisboa. Esteve na equipa fundadora da revista Focus e colabora regularmente com o jornal brasileiro Folha de São Paulo, a revista francesa Courrier International e o Diário de Notícias. Entrevistou o Dalai Lama e o líder de um gangue de traficantes de armas, um cego que voltou a ver e o coveiro de um cemitério no Iraque. Antes de receber o prémio Gazeta de 2015, tinha sido reconhecido com dois prémios de Jornalismo Contra a Discriminação, da Comissão Europeia, o prémio Direitos Humanos e Integração, o Prémio Literário Orlando Gonçalves e duas menções honrosas do Prémio AMI -Jornalismo Contra a Indiferença. Estudou no Committee of Concerned Journalists, em Washington, e na Universidade Nova de Lisboa. Escreveu três livros de reportagem. O último chama-se Malditos, histórias de homens e de lohos

GAZETA DE TELEVISÃO

Sofia Leite

Sofia Leite é licenciada em Jornalismo pela E.S.J. Ecole Supérieure de Journalisme -Paris, França. DEUG- Diplôme de Etudes Générales Universitaires- em Ciências Humanas, Universidade Sorbonne-Nouvelle, Paris V -René Descartes. Jornalista na RTP, passou por várias



redações, nomeadamente *Em Reportagem, Bombordo, Planeta Azul* e realizou várias reportagens para os programas *City-Folk, Memorial Sites, People on*

the Move - co-produções entre televisões europeias no âmbito da EBU-European Broadcast Union. Escreveu para as revistas Grande Reportagem e Volta ao Mundo. É autora de diversas reportagens e documentários, dos quais se destacam: -"Slavonia, a Ultima Travessia" - premiado no Festival MATT, em 1998; "Imobiliário, a Última Praga do Sobreiro", premiado no Festival CineEco de Seia, em 2000; "O Regresso da Águia Pesqueira", premiado no Festival Ambiente do Norte Alentejano, em 2001; "A Lista de Chorin", em coautoria com António Louçã, Grande Prémio Gazeta de 2007. Selecionado para o Festival Bakaforum de Basileia, em 2009; "Portugueses nas Trincheiras"- em coautoria com António Louçã-2008; "Cesária Évora- Nha Sentimento"- 2010; "Água vai, Pedra leva", 2015; "A Espera", 2016.

GAZETA IMPRENSA REGIONAL

A primeira edição do Reconquista é publicada a 13 de maio de 1945. O fim da Segunda Guerra Mundial e os últimos preparativos para a abertura do Hotel de Turismo de Castelo Branco foram alguns dos temas. O jornal teve quatro páginas e uma segunda tiragem. O primeiro diretor foi o padre A. Costa Pinto, tendo como redator Duque Vieira e como editor Francisco Vilela. A redação e administração ficavam na Papelaria Semedo, onde também era composto e impresso. A 24 de junho, na edição número 7, é publicada pela primeira vez uma fotografia numa primeira página, uma imagem de São João Batista. A 11 de novembro a primeira página surge pela primeira vez a duas cores: preto e vermelho A 4 de novembro é publicado o primeiro número de "Flâmula", o primeiro suplemento mensal do Reconquista, que se apresentava como "a folha de novos para novos". Em 1956, José de Sena Esteves assume a direção, seguindo-se, em 1960, o Cónego Anacleto



Reconquista, semanário regionalista da beira baixa

Martins e, em 1974, Joaquim Cabral. Em 1978 é adquirido o primeiro equipamento próprio de impressão. José Bernardino dos Santos assume a direção em 1985, seguindo-se, em 1986, Alfredo de Magalhães, o diretor que esteve mais tempo no cargo: 19 anos. Em1989, é inaugurado um novo pavilhão na Zona Industrial de Castelo Branco e adquirido novo equipamento gráfico. O espaço seria ampliado anos mais tarde para a expansão da gráfica. Em 1995, por ocasião dos 50 anos da fundação, recebe a Benção Apostólica do Papa João Paulo II e a Medalha de Ouro da Cidade de Castelo Branco. Em 2000 é lançada a edição eletrónica www.reconquista.pt. Em 2003 é membro fundador da Rede Expresso, um projeto do semanário do grupo Impresa com os principais títulos da imprensa regional. Em 2005, a Rotativa é ampliada e é adquirido novo equipamento de pré-impressão. No período de 2001 a 2005 são investidos mais de um milhão de euros suportados por receitas próprias, para manutenção dos postos de trabalho. Alfredo de Magalhães morre no final do ano e é substituído interinamente na direção por José Júlio Cruz. Em 2007, Agostinho Dias assume a direção do jornal e dá-se início ao projeto "Educação para os

Média na Região de Castelo Branco", financiado pelo Reconquista e pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia e desenvolvido na região da Beira Baixa entre outubro de 2007 e março de 2011. Ainda em 2007 avança a produção de conteúdos multimédia, com a abertura de um canal no Sapo Vídeos. Em 2009 é a abertura de canal no Youtub e, em2010, o Projeto "Educação para os Média na Região de Castelo Branco" alcança a Menção Honrosa do Prémio Mundial de Jovens Leitores da Associação Mundial de Jornais (2010 World Young Reader Prize-Special Mention), entregue em São Francisco, nos Estados Unidos da América. Em 2011 recebe a Ordem de Mérito da Presidência da República, no âmbito das comemorações do Dia de Portugal em Castelo Branco, e tem início a versão digital, sistema que permite ler uma versão do jornal em papel na internet, e a redação, paginação e publicidade deixam a zona industrial e instalam-se na rua de S. Miguel, onde já funcionava a administração e os serviços administrativos. Em 2016 é renovada a versão da internet, pela primeira vez adaptada a smartphones e tablets, e vence o Prémio Gazeta de Imprensa Regional 2015, atribuído pelo Clube dos Jornalistas.

Vicente Jorge Silva



Natural da Madeira (Funchal, 1945), Vicente Jorge Silva teve a sua primeira e destacada intervenção jornalística na direção do semanário

Comércio do Funchal, imprimindo-lhe um caracter dinâmico e progressista, com uma ampla difusão nacional e reconhecida influência na renovação da imprensa regional portuguesa. Foi, a seguir ao 25 de Abril de 1974, chefe de redacção e directoradjunto do semanário Expresso, onde teve igualmente papel pioneiro e renovador na transformação da revista editada pelo jornal. Co-fundador e primeiro director do jornal Público, teve, depois, uma curta experiência política como deputado pelo Partido Socialista (PS) - eleito pelo círculo eleitoral de Lisboa -, seguindo-se a colaboração, sucessivamente, como colunista do Diário Económico, Diário de Notícias, semanário Sol e, mais recentemente, do jornal Público. O cinema foi, a par do jornalismo, outra das suas paixões. Como realizador, foi autor de O Limite e as Horas (1961), O Discurso do Poder (1976), Vicente Fotógrafo (1978), Bicicleta - Ou o Tempo Que a Terra Esqueceu (1979), A Ilha de Colombo (1997). Porto Santo (1997), seu último filme, foi exibido no Festival Internacional de Genebra.

Pague tudo com a nova Pulseira BPI Cash.









Aceite em todos os estabelecimentos aderentes Flexível e ajustável

Resistente à água

O BPI, em parceria com a MoneyToPay, lançou em Portugal a primeira pulseira que permite fazer pagamentos em todo o mundo.

A Pulseira BPI Cash:

- 1. Garante comodidade e rapidez. Para efectuar pagamentos apenas precisa de aproximar a pulseira a um terminal de pagamento automático com tecnologia contactless aderente à rede Visa;
- 2. Assegura um maior controlo das suas despesas. Apenas pode gastar até ao limite do saldo previamente carregado;
- 3. Só precisa de código pessoal secreto (PIN) para pagamentos superiores a € 20;
- 4. Permite a consulta de saldos e movimentos a qualquer momento no BPI Net.

Pagar assim vai ser muito prático, rápido e seguro.

Toda a informação nos Balcões e Centros de Investimento BPI, www.bancobpi.pt e 800 22 10 22 (linha grátis com atendimento personalizado das 7h às 24h).

Entidade Emitente

VISA







AFIRMAR O JORNALISMO é o lema do 4.º Congresso

Quase duas décadas depois do último congresso, os jornalistas mobilizaram forças - e encontram vontades - para voltarem a reunir-se. "Afirmar o Jornalismo" é o lema do 4.º Congresso, que vai decorrer entre 12 e 15 de janeiro no Cinema São Jorge, em Lisboa.

Texto Paulo Martins

m olhar de relance pelos documentos em que assentou o debate travado em 1998 pode levar à conclusão de que no mundo do Jornalismo os problemas persistem - ou, pior, de que não foram debelados por falta de concretização das decisões então

tomadas. A perspectiva só em parte corresponde à realidade. Certos constrangimentos mantêm-se, mas instalaram-se outros, por efeito das múltiplas crises que atingem os media. Por si só, merece reflexão o facto de as propostas aprovadas terem ficado no papel. Todavia, deve reconhecer-se que essa responsabilidade é de todos os jornalistas, não apenas dos organismos que os representam.

O mundo mudou e o Jornalismo também. Velhos desafios ganharam roupagens diferentes e todos os dias surgem novos. O contexto económico-financeiro agravou a precariedade laboral. Os organismos de regulação minguam de eficácia. O impacto das tecnologias acentuou-se. A ética sofre tratos de polé. Nestas condições, é imperioso "afirmar o Jornalismo". Ou seja: reabilitar o papel social do jornalista, para que melhor sirva o público, satisfazendo o direito de todos nós à informação.

Não basta, portanto, o diagnóstico; é preciso avançar com terapias. Um propósito, de complexa concretização sem o envolvimento ativo dos profissionais, que animou o Sindicato, a Casa da Imprensa e o Clube de Jornalistas. Pela primeira vez, um congresso é promovido conjuntamente pelas três mais relevantes instituições da classe, que para o efeito convidaram Maria Flor Pedroso a presidir à Comissão Organizadora. A expetativa de que proporcione um debate aberto, capaz de ultrapassar as fronteiras de um muro de lamentações e apto a apresentar soluções concretas, emergiu entre os jornalistas. O número de inscrições - quase 500, cerca de uma centena das quais de estudantes, só até ao final de outubro - prova que o congresso é percecionado como uma necessidade.

Desde junho passado, realizaram-se vários debates - em Coimbra, Beja, Leiria, Lisboa, Porto e Braga - destinados a identificar os principais temas a consagrar no programa do congresso. Com base nessa auscultação alargada, foram distribuídos por sete sessões. A saber: 1. O estado do Jornalismo; 2. Ensino, acesso à profissão e formação profissional; 3. Regulação, ética e deontologia; 4. Condições de trabalho dos jornalistas; 5. A viabilidade económica e os desafios do Jornalismo; 6. Jornalismo de proximidade e a profissão fora dos grandes centros; 7. Afirmar o Jornalismo: independência e credibilidade.

A estrutura das sessões privilegia, naturalmente, a apresentação de comunicações previamente selecionadas, sem prejuízo da posterior publicação integral. Trata-se de apresentações sucintas, de forma a libertar tempo para dar a palavra aos congressistas. Em cada sessão, tem ainda lugar um painel de debate, para o qual foram convidados



Não basta o diagnóstico, é preciso avançar com terapias. Um propósito, de complexa concretização sem o envolvimento ativo dos profissionais, que animou o Sindicato, a Casa da Imprensa e o Clube de Jornalistas

jornalistas que produzem reflexão sobre o tema em causa. Em paralelo, realizam-se mesas redondas dedicadas a problemas mais específicos.

Inovadora é a montagem de uma redação multiplataforma, que envolverá 20 docentes universitários e 80 estudantes. Oportunidade para futuros profissionais porem a mão na massa, cobrindo os trabalhos através da imprensa, rádio, televisão e online. Dez instituições de ensino superior cuja oferta formativa inclui cursos na área do Jornalismo são parceiras na concretização do projeto.

Nos dias que precedem o congresso, um ciclo de cinema sobre jornalismo, que integra filmes como o consagrado "Spotlight", serve de pretexto para debater com personalidades externas à profissão a forma como a percecionam. Momentos concebidos para acolher a visão crítica dos destinatários da informação, o que promete torná-los particularmente ricos.

O 4.º Congresso conta com o patrocínio do presidente da República e um vasto conjunto de apoios de instituições e empresas. Todos tornados públicos, de forma transparente, no site do congresso - www.congressodosjornalistas.com.



A FOTOGRAFIA NA IMPRENSA

O olhar dos fotojornalistas portugueses



Vivemos atualmente uma era em que fotografar se tornou uma prática de rotina. Com as novas tecnologias, a digitalização e a existência de dispositivos, como o telemóvel, ao alcance de qualquer um, a fotografia corre o risco de se banalizar. Se isso acontece num contexto amador, em ambiente profissional assistimos nos últimos anos a algumas práticas que têm deixado os fotojornalistas preocupados em relação ao seu futuro. No presente artigo, que resulta de uma tese de mestrado sobre o fotojornalismo português, procuramos analisar o modo como os fotojornalistas em Portugal encaram a sua profissão tendo em conta a emergência da Internet, o valor atribuído à fotografia nas publicações nacionais e os constrangimentos inerentes à prática jornalística.

Texto Carina Martinho Coelho

PERCURSOS DO FOTOJORNALISMO EM PORTUGAL

oland Barthes diz que, na sua aceção mais básica e primordial, a fotografia tem qualquer coisa de tautológico: "nela, um cachimbo é sempre um cachimbo, infalivelmente" (1980:18). A inegável vertente de veracidade que a descoberta da fotografia trouxe foi vista como um forte elemento para o jornalismo, já que tem um carácter de confirmação do real - a fotografia como uma prova do que aconteceu.

Ainda que muito pouco a pouco, foi no século XIX que a fotografia começou a marcar o seu lugar no mundo do jornalismo, o qual foi crescendo ao longo da história, em todo o mundo; e é desta forma que surge o que hoje denominamos por fotojornalismo: fotografar para informar. "As manifestações iniciais do fotojornalismo ocorrem quando se aponta a câmara para um acontecimento, com intenção de testemunhá-lo e de fazê-lo chegar a um determinado público" (Barcelos, 2009:5).

A fotografia jornalística evoluiu tanto a nível estético, como técnico, considerando que o seu principal crescimento teve palco nas guerras (Sousa, 2004), como a Guerra da Crimeia e a Grande Guerra.

Concentrando-nos na realidade portuguesa, o marco histórico 25 de abril de 1974 é considerado um ponto de viragem para Portugal também no jornalismo, provocando consequentes mudanças (Cardoso, 2014:275). Pouco a pouco, a imprensa portuguesa foi dando mais importância à qualidade da fotografia enquanto meio visual. São

alguns os exemplos de jornais que se tornaram memoráveis, por terem feito a diferença e, com isso, mudar o fotojornalismo português.

O semanário Tal & Qual é considerado o pontapé de partida na afirmação da liberdade de expressão conquistada e, entre outras publicações, o aparecimento do jornal Público revelou-se necessário, já que, com o término d' O Século, "o panorama jornalístico nacional ressentiu-se com a ausência de um jornal de referência com uma linha distinta do conservador Diário de Notícias" (2014:305). O Público trouxe, ao jornalismo português, o respeito pela fotografia, recusando maus tratos à matéria informativa. "Pela primeira vez, um jornal olhava para a peça jornalística como um triângulo essencial que considerava a fotografia tão importante como o texto e os elementos gráficos" (Cardoso, 2014:306). Foi o primeiro jornal diário a criar uma secção de edição de fotografia em Portugal (Silva, 2010). À parte das diferenças entre os anos de ouro de jornalismo e atualmente, o Público é ainda hoje considerado a referência do fotojornalismo português para a maioria dos fotojornalistas, já que defende a combinação da fotografia enquanto objeto estético e enquanto meio informativo.

Com a aposta fotográfica do *Público*, e ainda que com periodicidades diferentes, é nesta altura que a redação do semanário *Expresso* se sente ameaçada, levando a que, no final da década de 80, início da de 90, o jornal assuma um ponto de viragem, de melhorias técnicas e de maior atenção para com a fotografia: criou o próprio núcleo de fotojornalistas, considerando-se o primeiro a assumir uma editoria fotográfica em Portugal (Cardoso, 2014).

A afirmação do fotojornalismo português - que começou também por se fazer através da educação, tanto nas escolas de jornalismo, como de fotografia - resultou, em grande parte, devido ao surgimento de jornais como *O Independente, Público* e *Expresso*, que começaram por implementar políticas de qualidade fotojornalística (Silva, 2010). A constante concorrência entre as publicações, e após um ano de queda abruta na venda de jornais, levou a que também o *Diário de Notícias* evoluísse fotograficamente (Cardoso, 2014).

Para o progresso do fotojornalismo português também têm sido importantes determinadas iniciativas nacionais que potenciam a fotografia enquanto meio jornalístico, como o Prémio VISÃO Fotojornalismo, criado pela revista *Visão*, e a formação *Estação Imagem*, que premeia apenas foto-reportagens (Silva, 2010).

OS FOTOJORNALISTAS

Na seleção dos fotojornalistas para as entrevistas, o objetivo foi tentar garantir diversidade em relação à origem profissional dos mesmos. Deste modo, optámos por entrevistar profissionais com diferentes funções (tanto repórteres e editores empregados num órgão de comunicação social, bem como *freelancers*) de diferentes meios de comunicação social (jornais e revistas, em ambos os formatos: papel e online), de agências de notícias e de fotografias (*Lusa* e *Global Imagens*), de órgãos de comunicação nacional e local, e também de órgãos com diferente periodicidade (diária e semanal). Foram entrevistados dez profissionais, servindo a tabela seguinte para apresentar genericamente cada um deles.

	Idade	Atual local de trabalho	Condição e cargo
Ana Ribeiro	44 anos	CAPhoto Formação	Formadora
Rui Pedrosa	30 anos	Correio da Manhã e CMTV (Leiria)	Fotojornalista e repórter de imagem
João Santos	40 anos	Expresso, Diário Digital, Courrier Internacional e Exame	Editor
Miguel Madeira	44 anos	Público, Fugas e Ípsilon	Editor
Paulo Cunha	49 anos	DN, JN, Record, Lusa através da empresa própria Slideshow	Fotojornalista freelancer
Ricardo Graça	35 anos	Jornal de Leiria, Global Imagens, Lusa, Público, Preguiça Magazine	Fotojornalista freelancer
Joaquim Dâmaso	41 anos	Região de Leiria	Fotojornalista e editor de fotografia
Francisco Paraíso	50 anos	Correio da Manhã, Record, CMTV, Sábado	Diretor de imagem
Hugo Amaral	34 anos	Observador	Fotojornalista, repórter de imagem e jornalista
José Caria	41 anos	Visão e Expresso	Fotojornalista

REDUÇÃO DE PROFISSIONAIS

(Traquina, 2000).

s desafios atuais do jornalismo passam, num primeiro plano, pela crise de meios humanos. À luz da crise económica geral, transversal à maioria dos países europeus, é necessário encurtar a lista de custos, porque o jornalismo é também um negócio

No primeiro relatório anual da *World Press Photo* sobre a prática fotojornalística mundial, a fotografia na imprensa, é referido que os fotojornalistas sentem os riscos do ponto de vista financeiro e que isso tem consequência ao nível da precaridade do trabalho e, consequentemente, de garantir uma retribuição financeira para os fotojornalistas (Campbell, Hadland & Lambert).

Na realidade portuguesa, várias foram as organizações jornalísticas que viram o despedimento como uma solução para combater a crise financeira. Desde 2000 que o Sindicato dos Jornalistas tem tomado várias posições públicas contra os despedimentos nos média, nomeadamente no seu site. Foi em junho de 2001 que o Sindicato se mostrou preocupado com a perspetiva de despedimentos na redação da SIC, e disposto a "intervir pelas formas que venham a ser consideradas convenientes." Depois disso, os artigos que anunciam despedimentos são inúmeros, referentes a diferentes órgãos de comunicação social

Assistimos já a vários despedimentos coletivos, como ocorreu no *Público*, em 2012. Em 2014, foram despedidos 140

trabalhadores (64 jornalistas) do antigo grupo Controlinveste que "terá alegado razões financeiras para o despedimento, mas os trabalhadores criticaram a falta de outras soluções.", conforme noticiou o jornal *Público* no dia 12 de junho de 2014.

Em fevereiro de 2015, e após ter assistido à primeira audição parlamentar do novo Conselho de Administração da RTP, o Sindicato dos Jornalistas considerou "lamentável que, ainda antes de 'tirar a fotografia' à empresa pública de rádio e televisão, o novo Conselho de Administração da RTP admita, desde já, uma nova redução de pessoal em áreas designadas de 'baixo valor acrescentado'", de acordo com a notícia publicado

no seu site, a 4 de fevereiro de 2015.

Ana Jesus Ribeiro, atualmente formadora em fotojor-

No final da década de 80, início da de 90, o Expresso assume um ponto de viragem, de melhorias técnicas e de maior atenção para com a fotografia: criou o próprio núcleo de fotojornalistas, considerando-se o primeiro a assumir uma editoria fotográfica em Portugal

O *Público* é ainda hoje considerado a referência do fotojornalismo português para a maioria dos fotojornalistas, já que defende a combinação da fotografia enquanto objeto estético e enquanto meio informativo

De acordo com a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (2015) "existem 194 jornalistas com carteira profissional, desempenhando funções de fotojornalista. Destes, 111 estão em regime livre (ex: recibos verdes), trabalhando os restantes 83 por conta de outrem (contrato)"

"A fotografia no online, ou é alguma coisa que te surpreenda, ou então é pura e simplesmente suporte. Só tem de haver uma marca, é quase um chamariz. A fotografia não é essencial, é acessório. No papel, muitas vezes, é o contrário."

nalismo, é uma das vítimas dos frequentes e massivos despedimentos, quando nos conta que foi despedida "na primeira dispensa coletiva da Controlinveste."

De acordo com a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ), atualmente "existem 194 jornalistas com carteira profissional, desempenhando funções de fotojornalista. Destes, 111 estão em regime livre (ex: recibos verdes), trabalhando os restantes 83 por conta de outrem (contrato)".

No entanto, não podemos descurar que "os jornalistas com mais de 10 anos consecutivos de actividade (ou 15 interpolados) não são obrigados a fazer prova do local ou para que órgãos trabalham, aplicando-se o mesmo para o regime de colaboração (conta de outrem ou freelancer). Desta forma, poderá ainda haver casos em que um requerente pode assinalar, por exemplo, no formulário de revalidação de carteira, que é 'jornalista' ou 'redactor' mas também pode acumular funções de fotojornalista, sem que o refira."

Estes dados foram facultados via e-mail, pela CCPJ, a 18 de maio de 2015.

Segundo o estudo da *World Press Photo*, "the majority of photographers (60%) who responded to the survey were self-employed" (Campbell, Hadland & Lambert, 2015:6).

RÉPLICAS DO ONLINE

lém da redução de trabalhadores, a evolução tecnológica é também responsável pelas últimas grandes alterações que se têm vindo a sentir no jornalismo. Com o surgimento da Internet tem-se assistido a rápidas transformações - tão rápidas, que os profissionais do jornalismo ainda estão a adaptar-se a esta 'nova' realidade:

Na sua investigação sobre o ciberjornalismo, Fernando Zamith afirma que "o surgimento, expansão e popularização da Internet (...) provocou uma adesão quase instintiva por parte daqueles que daí em diante passaram a ser designados 'meios tradicionais' de difusão de jornalismo" (2011:19).

Há uma crescente aposta no jornalismo on-line e, com isso, as redações dos jornalis sofrem mudanças, já que o jornalismo em papel não é, nem pode ser, igual ao jornalismo online.

Esta transmutação para o online tem-se revelado um período difícil para os jornalistas de imprensa, em grande parte para os fotojornalistas, tendo em conta que a Internet promove, a grande escala, a imagem: o espaço para as fotografias é ilimitado e a sua leitura rápida - face ao texto - leva a um aumento da frequência do seu uso.

Não foi só o número de trabalhadores que sofreu com a crise económica; os cortes são transversais a tudo, incluindo o número de jornais impressos e até a existência de órgãos de comunicação social.

A Internet, pelas suas características, exige mais dos jornalistas: rapidez, velocidade. Se o fator tempo já era, até então, o calcanhar de Aquiles dos jornalistas, o ciberjornalismo veio sublinhá-lo a vermelho. "A capacidade de publicar instantaneamente qualquer conteúdo jornalístico (...) é outra das pequenas revoluções causadas pela Internet. Até à difusão pública deste novo meio, só os jornalistas e editores das agências noticiosas tinham o privilégio de poder difundir notícias a qualquer momento, 24 horas por dia, sem limitações temporais" (Zamith, 2011:34).

Muito embora a produção aumente - porque o online, ao contrário do papel, não apresenta condicionantes relativas ao espaço -, não significa que a qualidade do jornalismo se mantenha.

No caso concreto do fotojornalismo, e numa primeira fase, quando inserido no contexto online, sofre um processo de aceleração: "máquina? Web. (...) Maior velocidade, maior número de imagens, menor custo e em menor tempo" (Ferreira, 2003:7). A sociedade vive hoje, mais do que nunca, em função da fotografia, já que são de leitura mais rápida que o texto. Na Internet, o uso da



"Com a capacidade que se desenvolveu das máquinas fotográficas poderem filmar, já há colegas nossos que têm de fotografar e filmar ao mesmo tempo e ter a capacidade de enviar os dois trabalhos. Isso prejudica muito."





imagem é cada vez maior e isso põe em causa o papel do fotojornalismo, "mas também nos levam a pensar como as características (memória, interatividade, personalização...) da Internet vão, de forma marcante, afectar a produção de imagens" (Ferreira, 2003:8).

Como nos conta João Carlos Santos, editor de fotografia do *Expresso*, "No Observador as fotografias são uma tira. Tens uma quantidade de coisas que, no online, matam a imagem. Mesmo as fotogalerias, nada ainda batem o poder de ter as fotografias na página, apesar de as pessoas consumirem. A fotografia no online, ou é alguma coisa que te surpreenda, ou então é pura e simplesmente suporte. Só tem de haver uma marca, é quase um chamariz. A fotografia não é essencial, é acessório. No papel, muitas vezes, é o contrário."

Portanto, a migração do jornalismo para a Internet leva a inevitáveis repercussões no fotojornalismo português. "Alegando redução de custos, as várias opções editoriais adotadas têm relegado a fotografia para segundo plano no dia-a-dia das redações e consequente lugar que ocupa nos jornais. Após três décadas de profundas transformações, os jornalistas-fotógrafos veem agora todas as conquistas se esboroarem" (Cardoso, 2014:276).

IDENTIDADES PERDIDAS NA POLIVALÊNCIA?

redução de custos trouxe também uma outra realidade: a polivalência. Embora na realidade de 2010 as opiniões dos fotojornalistas entrevistados variassem entre ser ou não ser necessária a existência de um jornalista multifacetado - o estudo de Luísa Silva (2010), ao abordar a questão de que o ciberjornalismo pode obrigar a que os jornalistas sejam multifacetados, denota que há jornalistas que assumem a polivalência num futuro próximo e outros que não -, é notável que essa hipótese se tornou, para alguns, uma verdade. Paulo Cunha, fotojornalista freelancer, diz que "hoje há uma realidade que ainda é mais impressionante: com a capacidade que se desenvolveu das máquinas fotográficas poderem filmar, já há colegas nossos que têm de fotografar e filmar ao mesmo tempo e ter a capacidade de enviar os dois trabalhos. Isso prejudica muito. Uma das razões porque eu não faço as duas coisas ao mesmo tempo é porque tenho a certeza de que as duas coisas não vão ficar bem. Podem não ficar mal, mas não vão ficar bem. É melhor teres a certeza que uma fica bem, ou seja, que a fotografia fica bem." Exemplo desta polivalência é o fotojornalista do Correio da Manhã, Rui Miguel Pedrosa, que, além de fotografar, trabalha também como repórter de câmara no canal de televisão CMTV. Geralmente, tem de realizar os dois trabalhos (fotografia e vídeo) em simultâneo. "São linguagens diferentes. Teve de haver uma grande adaptação. Eu gosto, agora... há trabalhos que é possível conciliar e outros que é impossível, mas a maioria dos trabalhos dão para conciliar." Na mesma situação encontra-se Nuno Veiga, fotojornalista da *Lusa*: "De há uns anos para cá eu faço *Lusa TV*, que é essencialmente para as televisões. Depois temos *Lusa Vídeo* (vídeos com menos qualidade que é para sites de Internet, etc.). Ainda hoje eu fui fotografar e filmar. E às vezes é complicado. Há situações impossíveis, mas há situações em que dá para fazer. É uma certa luta, porque às vezes acabas por te esquecer de alguma coisa. Mas há situações em que não dá: ou fotografo, ou filmo."

CONVERGÊNCIA DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

realidade do online trouxe novos conceitos para o jornalismo, assistindo-se a uma reformulação dos modelos tradicionais, o que põe na mesa a possibilidade da convergência dos média. A migração para o mundo digital levou a que jornalismo online resulte da "convergência entre texto, som e imagem em movimento, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia" (Canavilhas, 2001:1).

Esta realidade trouxe dois cenários diferentes: por um lado, levou à criação de agências de fotografias partilhadas (Silva, 2010); e, por outro, conduziu a que qualquer meio de comunicação social tradicional - imprensa, rádio e televisão -, a partir do momento que se encontra em contexto online, utilize a fotografia. Ambas as situações questionam os limites da qualidade de uma fotografia e, de igual modo, questionam o papel do fotojornalista.

No caso das agências de fotografia, a "coerência visual" (Silva, 2010) de um jornal corre o risco de deixar de existir, na medida em que a cobertura de um acontecimento, no lugar de um fotojornalista por jornal, passa a ser realizada por um fotojornalista para todos os jornais pertencentes a esse grupo - como é o caso da agência Global Imagens, que pertence ao antigo grupo Controlinveste, agora Global Media Group. Portanto, a abordagem fotográfica varia de órgão para órgão, como Ricardo Graça, fotojornalista freelancer, colaborador da agência fotográfica Global Imagens, confirma: "varia, sim. Mas normalmente as coisas estão subentendidas. (...) Depois isso vai muito de onde se trabalha. Convém saber para quem se está a trabalhar e saber quais são os moldes como as coisas funcionam. As coisas estão mais ou menos subentendidas." Os fotojornalistas sabem, à priori, dependendo do tipo de meio de comunicação social, o tipo de fotografia que têm de realizar.

Com a migração dos meios de comunicação para a Internet, a fotografia deixou de ser um exclusivo da imprensa passando a ser uma realidade, quer nos sites das televisões, quer nos da rádio. Se, no primeiro caso, a fotografia pode facilmente ser substituída pelo vídeo



(dadas as características do meio televisivo), na rádio, a presença da fotografia apresenta-se como uma novidade. Com efeito, as rádios começaram com relativa facilidade a introduzir, desde o início, a fotografia nos seus sites, assumindo-a como um dos principais elementos expressivos, a qual não faz parte da rádio tradicional (Bonixe, 2012; Reis, 2009).

Com a introdução deste recurso, o fotojornalismo



A "coerência visual" de um jornal corre o risco de deixar de existir, na medida em que a cobertura de um acontecimento, no lugar de um fotojornalista por jornal, passa a ser realizada por um fotojornalista para todos os jornais pertencentes a esse grupo

ganha outra dimensão. As rádios e as televisões não possuem fotojornalistas na sua organização, levando a que, em muitos casos, as fotografias publicadas nos sites resultem do trabalho de jornalistas que, munidos de uma simples câmara, retratam o momento dos acontecimentos. Essas fotografias têm um valor que consideramos meramente ilustrativo - representam a necessidade de ter uma foto no site. Noutras situações, as fotografias que acompanham as notícias são retiradas diretamente de bancos de imagens online.

JORNALISMO DO CIDADÃO

s termos para definir esta 'oportunidade' dada aos cidadãos variam -'jornalismo colaborativo', 'jornalismo do cidadão', 'jornalismo participativo', 'jornalismo open source' (Canavilhas & Rodrigues, 2012; Reges, 2011) -, mas a lógica desta prática é

sempre a mesma: os cidadãos serem produtores de conteúdos. "Comentar notícias, participar em fóruns, responder a inquéritos, atualizar blogues, contribuir para a realização de entrevistas coletivas, partilhar conteúdos nas redes sociais, enviar fotos, vídeos e textos para publicação no próprio espaço do jornal" (Canavilhas & Rodrigues, 2012:270) são algumas das formas de os leitores publicarem e difundirem informação.

Mas é legítimo o cidadão realizar, supostamente, trabalho jornalístico? Até que ponto é complacente com o trabalho do jornalista? Especificamente no fotojornalismo, que estatuto ganha uma fotografia de um cidadão publicada no jornal, associada a uma notícia? Essa mesma fotografia, o que oferece aos leitores?

"Há séculos que o cidadão não gosta de ser relegado para o papel de mero receptor. E com toda a razão. Não esqueçamos que a legislação reconhece aos cidadãos o direito a receber informação, mas também o direito a difundi-la (...) todas as iniciativas que se abram à participação directa do cidadão são uma amostra palpável de uma mudança de tendência no mundo jornalístico e na estruturação da sociedade democrática" (Barber, 2014:91).

Mas até que ponto o cidadão consegue, eticamente, cumprir com o contexto e os objetivos de uma narrativa jornalística?

"Um cidadão não tem limites. Mas as entidades patronais gostam disso, porque é gratuito. A foto do cidadão prejudica, porque pode estragar o trabalho do fotojornalista. (...) Ainda assim, um jornal prefere uma fotografia de um fotojornalista porque está sempre melhor."

O fotojornalista Rui Miguel Pedrosa coloca a questão de o jornalismo de cidadão ser gratuito e, portanto, se revelar aliciante para os jornais - mão de obra gratuita é sempre bem-vinda, sobretudo tendo em conta a crise

RUI MIGUEL PEDROSA



económica que o jornalismo atravessa. Ainda assim, o entrevistado salienta também que, embora o 'trabalho' do cidadão signifique custo zero, os órgãos de comunicação social dão primazia ao trabalho do repórter fotográfico, pela qualidade das suas fotografias.

Ao encontro deste pensamento, Ricardo Graça diz que o que o mais preocupa é o fotojornalismo do cidadão asso-



A falta de meios financeiros e humanos, aliandose ao fotojornalismo do cidadão, leva à frequente situação de não ser importante ter uma 'boa' fotografia publicada: apenas é importante garantir que há uma fotografia para preencher o espaço que está em branco no jornal. ciado à Internet. "[O cidadão] chega e manda, sem os cuidados deontológicos e aqueles critérios todos. Ainda ontem a cena do avião, a foto que saiu no Diário [de Leiria] online foi de alguém que foi lá com o telemóvel. (...) Acho que se perde muita qualidade em termos de imagem, em termos de produto, mas ganha-se na rapidez: foi há um minuto e já está online."

Ainda que o cidadão faça realmente a primeira abordagem, dê a conhecer ao mundo, de imediato, que determinada situação ocorreu, é o fotojornalista que faz o depois. "Aquele turista que fez aquelas imagens que marcam, a seguir pegou nas suas coisas e põe no Facebook, põe no Instagram, mostra aos amigos, mas no conforto da casa dele. Entretanto houve fotógrafos profissionais que foram para o meio daquela confusão mostrar o pós. O turista já não está lá. Só o profissional é que tem o estômago e a capacidade de levar aquilo até ao fim", defende João Carlos Santos.

Nesta visão, ainda que o fotojornalismo cidadão seja visto, por muitos profissionais, como uma ameaça, assumem-se diferenças notáveis entre o trabalho do cidadão e o trabalho do fotojornalista. "(...) a fotografia tende a ser cada vez mais desvalorizada a vários níveis, quer nas redações como na perceção do espectador/observador. No entanto, entre ser a câmara a conceber a fotografia em automático ou ser o fotógrafo a escolher todos os detalhes da imagem vai uma longa distância" (Cardoso, 2014:329-330).

Ao contrário, Joaquim Dâmaso defende que o fotojornalismo cidadão é benéfico, tendo em conta que o fotojornalista não consegue estar em todo o lado. Assume que as fotografias do cidadão, esteticamente não são excelentes, mas se tiverem lá a informação, estas fotografias "são cada vez mais uma ajuda."

As opiniões em relação ao cidadão como produtor de supostos conteúdos jornalísticos vão variando numa linha ténue entre o positivo e o negativo. O editor de fotografia do *Público*, Miguel Madeira, considera que "aquilo é mau. Eu não sei de cozinha, não sei arranjar carros, não sei pintar. E estarem a querer que agora todas as pessoas escrevam bem, fotografem bem, filmem bem, ... Ou então baixamos os níveis a esse ponto: qualquer coisa serve; porque pomos tudo o que as pessoas mandam. (...) O número de contributos com qualidade para publicar são reduzidíssimos. Há um mínimo de qualidade e, senão chega a esse mínimo, dói-nos bastante publicar isso."

Barber defende que são necessários "cuidado e esmero nos procedimentos discursivos que decorrem da obtenção dos materiais, da selecção de imagens e textos (...), por contraste com as derivas para o reprovável sensacionalismo ou para o deplorável infoespectáculo (*infotainment*) informativo" (2014:92). Ainda assim, nada chega ao profissionalismo dos jornalistas, porque o que o difere de um cidadão são os critérios do seu trabalho, que um cidadão, à partida, não tem: "a conclusão é elementar: salvo raríssi-

mas exceções, apenas profissionais estarão qualificados para atender a esse 'critério mais exigente'" (Moretzsohn, 2006:70).

Independentemente do uso ou não das fotografias, há já casos que marcam o percurso do (foto)jornalismo, pelos piores motivos. A exemplo disso, o Correio da Manhã publicou (no dia 8 de junho de 2015) na primeira página do jornal impresso, uma aparente 'notícia' intitulada "Tornado assusta Margem Sul do Tejo", acompanhada de fotografia (Imagem 1). No entanto, nem a notícia, nem a imagem (que deu origem à notícia) tinham algum fundo de verdade. Não tardou muito para a verdade vir ao de cima. A origem da fotografia, um cidadão comum, esclareceu o sucedido, no seu perfil de Facebook. Pode-se ler: "Nunca pensei que a montagem ficasse tão bem feita... que até foi parar ao Correio da Manhã, Diário da região etc...Ahahahahaa... Tudo isto porque o meu filho disse que nunca tinha visto um tornado, e eu fiz-lhe a vontade!!! Moral da História: Não interessa se é verdade, o que interessa é vender jornais!!!"

Barber, ao falar da dificuldade dos jornalistas em confirmar a origem da informação dos cidadãos, diz que "os rumores e boatos que circulam diariamente pela rede são por vezes replicados nos media" (2014:92). Eis um bom exemplo disso.

Além disso, o caso agrava-se quando o Correio da Manhã



Publicação no Facebook sobre notícia do Correio da Manhã

não admite os seus erros (Imagem 2). Pelo contrário, lança a culpa para o outro lado. No dia seguinte, 9 de junho de 2015, a capa do jornal impresso apresentava-se com a seguinte informação: "Rectificação: Redes sociais inventam tornado."

Toda esta situação contrasta, por completo, com os val-



Notícia da primeira página do Correio da Manhã, a 9 de junho de 2015 ores defendidos pelo jornalismo; "a principal missão do jornalista consiste em deslocar-se até ao local dos acontecimentos, observar calmamente o que sucedeu, recolher o máximo possível de informação, (...) e fazer, com honestidade, o relato para os seus concidadãos" (Barber, 2014:83).

Deixa-se de assistir a um jornalismo de seriedade, pondo em causa todo o tipo de valores, não só jornalísticos, mas sobretudo éticos e morais, e pondo também em causa a veracidade que a história do jornalismo traz, de outrora - a verificação de factos é posta de lado, assistindo-se a casos como este, de um '(foto)jornalismo de secretária'.

NOTAS FINAIS

s profissionais entrevistados consideram que a fotografia continua a não ser reconhecida o suficiente enquanto produto jornalístico, e que, apesar de ao longo da sua história já ter subido alguns degraus de reconhecimento, con-

tinua a não lhe ser conferido o devido estatuto. As suas convicções baseiam-se sobretudo na análise às consequências das mudanças recentes no fotojornalismo português: a falta de meios financeiros e humanos, aliandose ao fotojornalismo do cidadão, leva à frequente situação de não ser importante ter uma 'boa' fotografia publicada: apenas é importante garantir que há uma fotografia para preencher o espaço que está em branco no jornal. Assiste-se a uma troca de prioridades: subvertem-se os valores associados à prática jornalística, dando lugar a uma visão demasiado centrada nos recursos económicos.

Os fotojornalistas assumem com certeza que o futuro do fotojornalismo passa pelo mundo online. No entanto, as consequências deste novo meio dividem as opiniões destes profissionais. Uns defendem que a Internet não é uma influência positiva, já que tende a acelerar os timings. As rotinas dos fotojornalistas estão cada vez mais rápidas: os profissionais assumem que há mais trabalho e menos tempo para analisar cada cobertura realizada. Produz-se mais, mas nem sempre se garante a qualidade. Além disso, a questão do fotojornalismo do cidadão é uma situação muito presente e nem sempre possível de contornar.

Por outro lado, alguns dos fotojornalistas creem num futuro melhor: veem o boom de imagens, que representa a sociedade dos dias de hoje, como uma segurança de que, pelo menos, a fotografia não vai morrer; pelo contrário, está a assumir uma posição cada vez mais importante, tendo em conta que é uma constante no quotidiano de grande parte dos cidadãos. A partir daí, sabendo dar uso às potencialidades da Internet, consideram que o fotojornalismo pode vingar.

BIBLIOGRAFIA

- Barcelos, J. (2009). Fotojornalismo: dor e sofrimento Estudo de caso do World Press Photo of the year 1955-2008. Tese de Mestrado. Universidade de Coimbra, Portugal.
- Barthes, R. (1980). A câmara clara. Lisboa: Edições 70.
- Barber, C. M. (2014). Novos desafios para uma deontologia jornalística duradoura: o modelo de negócio dos media face as exigências éticas e à participação cidadã, in Christofoletti, R. & Fidalgo, J. (coord.). *Comunicação e Sociedade*: Ética na Comunicação, vol. 25. pp. 83-96. Disponível em:

http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1861/1788.

- Bonixe, L. (2010). A migração das rádios locais portuguesas para o digital desafios e potencialidades. Disponível em:
 http://comum.rcaap.pt/bitstream/123456789/2057/1/A%20migra%C3%A7%C3%A3o%20das%20r%C3%A1dios....pdf.
- Canavilhas, J. (2001). Webjornalismo: considerações gerais sobre o jornalismo na web. Disponível em: http://bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.html.
- Canavilhas, J. & Rodrigues, C. (2012). O cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa.
 Disponível em:

https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p269/23345.

- Campenhoudt, L. V. & Quivy, R. (1992). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva
- Cardoso, M.F.L. (2014). A fotografia documental na imprensa nacional: o real e o verosímil. Tese de Doutoramento. Universidade Nova de Lisboa, Portugal.
- Ferreira, J. C. F. (2003). A imagem na web: fotojornalismo e internet. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/felz-jorge-imagem-web-fotojornalismo-internet.pdf.
- Moretzsohn, S. (2006). O mito libertário do "jornalismo cidadão", *in* Pinto, M. & Santos, L. A. (eds.). *Comunicação e Sociedade*: jornalismo e internet, vol. 9-10. pp. 63-81. Disponível em:

http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1155/1098.

- Reis, I. (2009). *O áudio no jornalismo radiofónico na internet*. Tese de Doutoramento. Universidade do Minho, Portugal.
- Reges, T.L.R. (2011). Características e gerações do webjornalismo. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf.
- Silva, L. (2010). O estado actual do fotojornalismo português: o impacto dos processos de convergência e digitalização. Tese de Mestrado. Universidade do Porto, Portugal.
- Sousa, J. P. (2004). *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental.* Florianópolis: Letras Contemporâneas e Argos.
- Zamith, F. (2011). *A contextualização no ciberjornalismo*. Tese de Doutoramento. Universidade do Porto, Portugal. Disponível em: http://repositorio-

aberto.up.pt/bitstream/10216/57280/2/zamith000148443.pdf.





Prémios de jornalismo 2016

Candidaturas até 31 de janeiro de 2017

Informações e regulamento em

www.casadaimprensa.pt

Lisboa

Rua da Horta Seca, 20 1200-221 Lisboa

Telef.: 21342 02 77 Fax: 21 346 79 45 E-mail: geral@casadaimprensa.pt

Horário de atendimento: dias úteis, 09:30/20:00

Porto

Rua de Fernandes Tomás, 424 – 4º - salas 1/3 4000-210 Porto Telef.: 21342 02 77 Fax: 21 346 79 45 E-mail: porto@casadaimprensa.pt

Horário de atendimento: dias úteis, 09:30/17:30



A construção da cultura profissional dos jornalistas através do cinema

O objetivo deste artigo é o de tentar compreender como o cinema tem retratado, ao longo dos anos, a cultura profissional do jornalismo, ou seja, que imagem do jornalista está a ser passada para o público através do cinema. Olhamos em particular para a representação cinematográfica das rotinas de produção jornalística, da relação com os poderes e do valor atribuído à notícia enquanto principal matéria prima do trabalho jornalístico. Procuramos uma visão diacrónica desde os anos 40 até à atualidade.

Texto Gaspar Garção

s obras abordadas no presente artigo são as seguintes: His Girl Friday/O Grande Escândalo, de 1940, realizado por Howard Hawks, Citizen Kane – O Mundo a Seus Pés, de 1941, realizado por Orson Welles, Ace in the Hole/O Grande Carnaval, de 1951, realizado por Billy Wilder, All the

Carnaval, de 1951, realizado por Billy Wilder, *All the President's Men/Os Homens do Presidente*, de 1976, realizado por Alan J. Pakula e *State of Play/Ligações Perigosas*, de 2009, realizado por Kevin McDonald.

RETRATO DO JORNALISTA ENQUANTO MITO

Fernando Correia considera que a imagem "mitificada, assente na literatura, no cinema e nas séries de televisão (...), do repórter misto de aventureiro e detective" (Correia, 1997:13), que compara às personagens literárias de D.Quixote e Robin dos Bosques, está tão longe da realidade como a da generalizada "promiscuidade entre o jornalismo e os poderes político, económico e desportivo." (idem, 14)

Correia conclui, referindo que na ânsia de se mostrar a imagem do jornalista ora como um ideal, ora como corrupto, se está a esquecer do jornalista enquanto profissional, "na realidade concreta do seu labor quotidiano, enquadrado nos condicionalismos, pequenos ou grandes, directos ou indirectos, em que os seu trabalho se desenrola." (ibidem, 15)

Lauro António, a propósito desta temática, refere que "de um modo geral, os assuntos tratados fazem do jornalista, ou do repórter, uma espécie de detective privado que, muitas vezes por sua conta e risco, algumas delas contra o poder instituído e os interesses criados, mesmo contra as ambições dos seus próprios directores, investiga aspectos obscuros da realidade social e os procura denunciar." (António, 1990:5)

O que nos leva ao arquétipo/estereótipo do repórter/editor no cinema (especificamente nos anos 30 e 40): a criação em Hollywood da imagem do 'jornalistaherói que é um *newshound* (o 'cão farejador de notícias', expressão que se refere ao facto de os jornalistas considerarem ter 'faro para a notícia'), exemplificada nos filmes *It Happened One Night/Aconteceu uma Noite*, realizado em 1934 e *O Grande Escândalo*, de 1940, e a sua pouca correspondência com o que é comummente considerada a realidade: o jornalista como um profissional, com o dever de informar, mas também sujeito aos ciclos informativos, e ao fator tempo; e no caso das chefias, ao fator económico.

Atualmente deu-se uma mudança de paradigma em termos das personagens de jornalistas representados no ecrã, passando-se do 'jornalista-herói' para um jornalista com características dos 'anti-heróis' (em termos de linguagem cinematográfica, uma personagem não convencional e pouco 'heroica'), que não se coaduna com muitas das caraterísticas apontadas acima, mas que também é igual-



Atualmente deu-se uma mudança de paradigma em termos das personagens de jornalistas representados no ecrã, passando-se do 'jornalista-herói' para um jornalista com características dos 'anti-heróis'.



mente idóneo e incansável na busca da verdade (como no caso das personagens interpretadas por Clint Eastwood, Russell Crowe e Daniel Craig respetivamente nos filmes *True Crime/Um Crime Verdadeiro*, de 1999, *Ligações Perigosas*, de 2009 e *The Girl With the Dragon Tatoo/Millennium: os Homens que Odeiam as Mulheres*, de 2011).

A forma como a imagem e os métodos dos jornalistas se têm alterado/evoluído ao longo dos anos no cinema, está também intimamente ligada à ascensão da televisão nos anos 50 e 60, mostrada em filmes tão importantes (nomeados para o Óscar de Melhor Filme), como *Good Night and Good Luck/Boa Noite e Boa Sorte* (sobre os anos 50), *Network/Escândalo na TV*, de 1976 e *Frost/Nixon*, de 2008 (ambos sobre os anos 70).

Uma das imagens icónicas na 7ª Arte, em termos da perceção que o grande público tem da profissão, é a do fotojornalista, que pode também ser considerado como um dos 'culpados' da visão que as massas têm dos jornalistas como heróis (nos palcos de guerra, na denúncia da pobreza, da injustiça, na cobertura de tragédias).

A imagem que passa do fotojornalista em alguns filmes, é a de uma figura corajosa, romântica, mas ao mesmo tempo um pouco imprudente e até mesmo suicida (exemplificada em filmes como *The Year of Living Dangerously/O Ano de Todos os Perigos*, de 1982, *The Killing Fields/Terra Sangrenta*, de 1984, *Salvador*, de 1986 e *Harrison's Flowers/As Flores de Harrison*, de 2000, através das personagens interpretadas por Mel Gibson, Haing S. Ngor, James Woods e David Strathairn, respetivamente).

Mas também ocorre o oposto, em termos da perceção do público do que é um fotojornalista, através de fotógrafos que tudo fazem para obter o exclusivo e não se envolvem nos acontecimentos que estão a documentar, em filmes como *La Dolce Vita/A Doce Vida*, de 1960, *Apocalipse Now*, de 1979 e *The Public Eye/Repórter Indiscreto*, de 1992, por exemplo.

A realidade, como é habitual, existe num meio-termo entre estes dois casos, mas o cinema, como é também habitual, não encontra nas histórias desses fotojornalistas mais profissionais e 'aborrecidos', um tema propício para ser retratado com mais frequência no grande ecrã.

DAS ROTINAS AO PRIMADO DA VERDADE

Em todos os filmes analisados neste artigo uma constante é a ocorrência de vários aspetos relevantes da cultura jornalística: a vida nas redações, a relação entre colegas, a luta pelos prazos, a concorrência, a rotina jornalística e a ética da profissão, entre outros.

Nos cinco filmes abordados, estes fatores variam, conforme o tamanho e a importância dos jornais, assim como em função da personalidade e profissionalismo dos jornalistas protagonistas.

O GRANDE ESCÂNDALO – ser jornalista a todo o custo A legenda inicial do filme é irónica, mas também crítica em relação ao estado do jornalismo nos anos 20 e 30:

"Tudo aconteceu na «Era das Trevas» do jornalismo, quando para um repórter "conseguir aquela história" justificava qualquer coisa, excepto assassínio.

Curiosamente, não verão neste filme qualquer semelhança com os homens e as mulheres do jornalismo actual."

Durante o decorrer d' *O Grande Escândalo*, percebe-se que os protagonistas, Walter Burns (o editor) e Hildy Johnson (sua ex-mulher e também sua ex-jornalista), põem sempre a sua profissão em primeiro lugar, com a ambição e a vontade de conseguirem um 'furo' a todo o custo (mais do que o dinheiro), a serem postas à frente das suas relações pessoais.

Nelson Traquina chama a atenção para esta característica profissional de Hildy (e por extensão, de muitos jornalistas): "na cultura profissional [de Hildy], há um compromisso total com a profissão, mesmo correndo perigo de vida. As notícias são um valor absoluto onde por vezes meros ilícitos podem ser necessários. Mas, para além da dedicação. Verdade exultada na sua ideologia profissional, a dinâmica da concorrência leva ao encanto de outros mitos que circulam na sua cultura profissional, como o mito do *scoop* (a «cacha») e o mito da «grande história»)." (Traquina, 2004:90)

Numa cena sintomática da pouca respeitabilidade que a profissão de jornalista tinha, na época, Walter tenta convencer Hildy a não se casar, dizendo-lhe:

Walter: És uma jornalista!

Hildy: Uma jornalista! O que é que isso significa?

Espreitar pelas fechaduras, correr atrás de carros de bombeiros, acordar pessoas a meio da noite (...), roubar fotografias a velhotas?

Sei tudo acerca de repórteres, zé-ninguéns a correr por todo o lado, sem um tostão, e para quê?

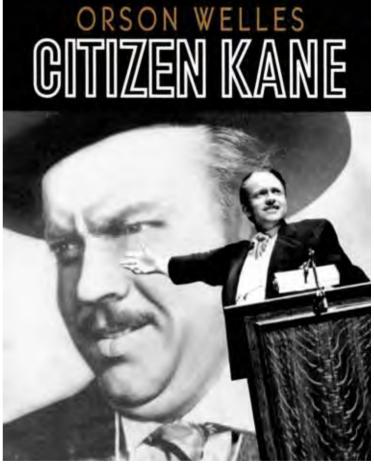
Para que um milhão de pessoas saiba o que está a acontecer? Do que é que isso serve?

Tu nunca perceberias o que é querer ser respeitável e levar uma vida normal, na medida do possível.

Este diálogo demonstra o outro lado da profissão, o da rotina, menos fascinante, mas igualmente necessário, estando sempre o fator tempo em destaque, o 'correr por todo o lado' para se obterem resultados, para se ser o primeiro a chegar ao exclusivo, já que esse é um dos principais mandamentos do jornalista, e a necessidade de gerir o tempo e de o controlar, um dos seus grandes constrangimentos.

Se a profissão jornalística tem como principal 'missão sagrada' o informar o público, e se depois de cumprir esse mandato, tudo o que vier por acrescento será bem-vindo, tal como o aumento do número de exemplares vendidos pelo jornal, o reconhecimento dos colegas jornalistas, os prémios de carreira e o sucesso financeiro e pessoal, também é verdade que esse sucesso não poderá ser feito às custas da perda de integridade, da utilização de estratagemas pouco honestos, da manipulação da verdade, da falta





Em todos os filmes analisados neste artigo uma constante é a ocorrência de vários aspetos relevantes da cultura jornalística: a vida nas redações, a relação entre colegas, a luta pelos prazos, a concorrência, a rotina jornalística e a ética da profissão, entre outros.

de ética deontológica e de decência humana, tal como acontece n' O Grande Escândalo.

CITIZEN KANE – O MUNDO A SEUS PÉS – do imperativo ético ao imperativo económico

No início do filme, o objetivo da personagem principal, Charles Foster Kane, como responsável do jornal que acabou de adquirir, o *Inquirer*, é claro: Kane considera ser seu dever defender os mais fracos, expressando a sua opinião num diálogo com o seu antigo mentor, Thatcher:

Kane: É o meu dever fazer com que as pessoas decentes e trabalhadoras desta comunidade não sejam roubadas por uma matilha de piratas sedentos de dinheiro, apenas porque não têm ninguém para defender os seus interesses.

Este idealismo inicial de Kane que, graças à sua fortuna, pode-se permitir perder um milhão de dólares por ano no jornal, para defender os seus ideais, contrastará com as suas atitudes e a sua ética jornalística no futuro.



Nos primeiros dias no *Inquirer*, Kane publica em editorial a sua 'Declaração de Princípios', que estipula o seguinte:

"Providenciarei aos habitantes desta cidade um jornal diário que dará as notícias honestamente.

Também lhes providenciarei um campeão, um lutador incansável dos seus direitos, como cidadãos e como seres humanos".

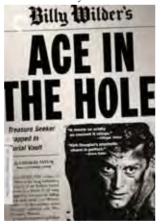
Esta admirável 'declaração de princípios', que contrasta de forma tão gritante com as atitudes que depois Kane terá, no decorrer do filme, é uma forma de Orson Welles mostrar que, por inerência, os seres humanos, e neste caso os jornalistas, começam sempre a desempenhar uma profissão com vários ideais nobres, tais como o respeito pela verdade, pelos desfavorecidos e pela justiça, ideais esses que durante a sua carreira poderão perder, até se chegar, em casos extremos, aos jornalistas cínicos, oportunistas e desencantados que encontramos em muitos dos filmes analisados neste artigo, personificados nas personagens de Walter Burns (O Grande Escândalo), Chuck Tatum (O Grande Carnaval) e Cal McAffrey (Ligações Perigosas).

Depois do seu primeiro casamento, a obsessão de Kane pelo jornal, pela profissão e pelos seus horários e prazos, é exemplificada numa conversa com a sua mulher, que lhe pergunta por que razão Kane tem de ir todos os dias a correr para o *Inquirer*, e este responde-lhe:

Kane: Nunca te devias ter casado com um jornalista. São

piores que marinheiros.

Este diálogo, que de certa forma simboliza o que a profissão de jornalista representa, já deverá ter sido dito inúmeras vezes, em épocas diferentes e em locais diferentes, porque ser jornalista é ser ambicioso, é estar sempre de 'atalaia', constantemente preocupado com a concorrência e com o fecho de edição, mas é também deixar para segundo plano as rela-



ções pessoais, que sofrem com o facto de que um jornalista o é 24 horas por dia, e é alguém que tem de estar sempre em movimento, ou a caminho da redação, ou a sair da redação para ir à procura de fontes e de informações.

Ignacio Ramonet considera que *Citizen Kane* é um dos primeiros exemplos no cinema de como se efetua a manipulação de massas da opinião pública, e do poder que os conglomerados dos média têm de influenciar o poder político, mas acha também que "by today's standards even Kane's power was relatively limited. As the owner of a limited number of papers in a single country he would have been small fry in comparison to the mega-power of today's corporate media giants, although this is not to deny that he could have made his mark both at national and local level." (in Le Monde Diplomatique, 2003)



O tema da reputação do jornalismo online vs. jornalismo tradicional, impresso, é muito atual e só agora começa a ser explorado em filmes sobre jornalismo, mas será inevitável que no futuro este 'choque de gerações' tenha um grande destaque.



Kane pensa que pode influenciar e manipular os seus leitores, de acordo com as suas próprias regras e opiniões, mas o público também pensa (ou deveria pensar) pela sua própria cabeça, e terá sempre uma opinião sobre determinados assuntos, que poderá não ser controlável.

Como refere Mesquita, *Citizen Kane* contém, no seu microcosmos cinematográfico, a luta no mundo do jornalismo, entre a sua influência como 4ª Poder e as suas limitações: "o poder dos media, o fascínio dos media, a dependência dos jornalistas perante os patrões dos jornais, os limites aos poderes dos media – todas estas dimensões, entre si contraditórias, do universo da comunicação jornalística, estão presentes em Citizen Kane." (Mesquita, 2000:383)

O GRANDE CARNAVAL – a corrupção do 4º Poder

No início do filme, na cena da chegada da personagem principal, o jornalista Chuck Tatum, ao *Albuquerque Sun-Bulletin*, é-nos mostrada a redação e à entrada do escritório do editor, Mr. Boot, está um lema escrito, "*Tell the Truth [Dizer a Verdade*]", uma das missões mais importantes da profissão jornalística, o que é propositado e irónico, já que durante todo o filme será precisamente o contrário que Tatum fará. De seguida, quando Tatum está a explicar o seu particular estilo de jornalismo a Herbie, um jovem colega, pergunta-lhe quantos anos este andou na escola de jornalismo, e depois de Herbie lhe responder que foram três, Tatum diz-lhe, cinicamente:

Tatum: Foram três anos pelo cano abaixo. Eu não andei em nenhuma universidade, mas sei o que faz uma boa história, porque antes de as escrever, vendi-as numa esquina. E sabes o que rapidamente descobri?

As más notícias são as que vendem melhor. Porque as boas notícias equivalem a «nenhuma notícia».

A meio do filme, quando Tatum e Herbie entram pela primeira vez na gruta onde um pesquisador de antiguidades, Leo Minosa, ficou soterrado, Herbie menciona que o pai de Leo estava muito preocupado, como se estivessem 84 homens presos na gruta, e Tatum responde-lhe, mencionando dois Valores-Notícia referidos por Traquina, a Proximidade (que é sempre mais importante que a Amplitude), e a Personalização:

Tatum: *Um homem é melhor que 84, não te ensinaram isso?* **Herbie**: *Ensinaram o quê?*

Tatum: O ângulo humano. Abres um jornal e lês sobre 84 pessoas, ou 284, ou um milhão de pessoas, como numa grande Fome na China. Um homem apenas, isso é algo diferente. Queres saber tudo sobre ele. E isso é interesse humano.

Quando Tatum sai da gruta, depois de ter a primeira conversa com Leo, confidencia a Herbie que lhe bastaria apenas uma semana deste tipo de notícias para voltar à ribalta, e Herbie escandalizado, responde-lhe:

Herbie: Estás a brincar! Não podes desejar uma coisa dessas.

Tatum: Eu não desejo nada. >>Continua na página 36











INATEL Albufeira Hotel * e Praia Hotel *****

INATEL Caparica

INATEL Foz do Arelho Hotel ***

INATEL Oeiras

INATEL Porto Santo Hotel ***

INATEL Vila Ruiva Hotel ****

INATEL Linhares da Beira Hotel Rural ***

INATEL Piódão Hotel ****



À DESCOBERTA DE PORTUGAL EM ALOJAMENTOS DE QUALIDADE





INATEL Castelo de Vide Hotel ** e ***

INATEL Flores Hotel ****

INATEL Cerveira Hotel ****

INATEL Graciosa Resort e Business Hotel ****

INATEL Entre-os-Rios

INATEL Luso

INATEL Manteigas

INATEL Palace S. Pedro do Sul Hotel ****

Mais informações: inatel.pt | fb/inatel.portugal | 211 155 748





Não faço as coisas acontecer, tudo o que faço é escrever sobre elas.

Mas a ironia (cáustica) do filme, é que isso é precisamente o que Tatum irá fazer, condicionando a história com as suas ações, manipulando-a e distorcendo os factos, mostrando que um dos pontos cardinais do jornalismo, a neutralidade, é muitas das vezes apenas um conceito utópico, porque o jornalista é um ser humano, que vive no mesmo mundo em que a sua história existe, que por vezes até conhece as pessoas retratadas, que sabe que a forma como escrever a história poderá ser decisiva para o desenlace de um determinado evento, para a perceção que o público terá desse acontecimento e desses factos.

OS HOMENS DO PRESIDENTE - os 'repórteres de investigação-heróis'

Lançado apenas dois anos depois do desenlace do caso Watergate e do livro em que o filme se baseou, a contemporaneidade d' *Os Homens do Presidente* foi determinante para uma mudança de paradigma, em termos da imagem do jornalista na 7ª arte, influenciando nos anos seguintes o apetite por filmes sobre jornalismo de investigação, 'repórteres-heróis' e *whistleblowers* (denunciantes de injustiças, geralmente em grandes corporações ou no governo), que lutam contra o poder político e económico, de cariz criminoso.

Embora a história do cinema já contasse com muitos filmes de qualidade no género do cinema de conspiração, é a seguir a *Os Homens do Presidente* que os *conspiracy thrillers* se vão impor junto do grande público: exemplos dos melhores filmes do género pós-Watergate são *Winter Kills/Pela Mira da Espingarda* e *The China Syndrome/O Síndroma da China*, ambos de 1979, *Blow-Out/Explosão*, de 1981, *Wrong is Right/O Homem das Lentes Mortais* e *Missing - Desparecido*, ambos de 1982, *Silkwood/Reacção em Cadeia*, de 1983 e *Defense of the Realm/Em Defesa da Nação*, de 1985, entre outros.

Mais recentemente, como reflexo também da crise económica e da crescente desconfiança do público em relação aos políticos e às corporações económicas, surgiu uma nova vaga de filmes sobre conspirações e whistleblowers: The Informer/O Informador, de 1999, Silver City/Em Campanha, de 2004, Syriana e The Constant Gardener/O Fiel Jardineiro, ambos de 2005, Michael Clayton, de 2007, The Ghost Writer/O Escritor Fantasma e Edge of Darkness/Fora de Controlo, ambos de 2010 e o recém-oscarizado Spotlight/O Caso Spotlight, de 2015.

O método jornalístico e os passos da investigação de um caso são sempre mostrados ao pormenor no filme, de forma coerente e cronológica: Bob Woodward, um dos protagonistas (o outro é Carl Bernstein), é visto várias vezes à sua secretária na redação a ligar para a Casa Branca, posteriormente a falar com os seus colegas sobre o caso e o que descobriu, a fazer pesquisa em arquivos, a ligar depois para dezenas de locais à procura de fontes e



N' Os Homens do Presidente, que ainda hoje, ao fim de 40 anos, se pode considerar o filme que mostrou de forma mais verídica a imagem de um jornalista, vê-se toda a rotina jornalística ao pormenor, observando-se também, em termos éticos, os jornalistas no geral a cumprir as regras da profissão.



informação, de forma a avançar com o caso, o que nem sempre consegue.

É um trabalho monótono e repetitivo, como já foi referido, mas que tem de ser feito, para cobrir todos os ângulos possíveis do caso. Ao verdadeiro jornalismo de investigação, exige-se ser o mais completo possível na análise de um caso, investigá-lo através de todas as perspetivas possíveis, porque nada cai por sorte no 'colo' dos jornalistas, nem mesmo nos filmes.

Essa procura incessante pela grande notícia, pelos factos que mais ninguém tem, ou que mais ninguém conseguiu relacionar, assim como a concorrência, saudável e por vezes impiedosa entre pares, são facetas que fazem parte de muitos filmes sobre jornalismo, dos quais se poderão destacar, além d' *Os Homens do Presidente, While the City Sleeps/Cidade nas Trevas*, de 1956, *Capote*, de 2005 e *Zodiac*, de 2007, entre outros.

O caso Watergate e as suas repercussões, tanto na sociedade americana e no seu sistema político, como no

mundo do jornalismo, nos Estados Unidos da América e no resto do mundo, devem-se em grande parte a essa figura da cultura profissional jornalística que, se hoje em dia é perfeitamente legítima e conhecida do público, antes dos eventos retratados n' *Os Homens do Presidente*, raramente era usada: a fonte anónima, que desde 1974 se tem tornado um dos fatores mais presentes e úteis para os jornalistas de investigação, que em inúmeros casos chegaram a ser presos para proteger as suas fontes anónimas.

Os Homens do Presidente mostra como, do ponto de vista da cultura profissional, o possuir boas fontes e, sobretudo, fontes que mais ninguém tem, atribui estatuto a esses jornalistas. Os profissionais que conseguem obter essas fontes de qualidade e exclusivas, são vistos pela comunidade jornalística como modelos a seguir, como referências.

Se as fontes anónimas forem usadas de acordo com a ética e a deontologia da profissão, são uma arma poderosa para poder conseguir informar o público de uma forma mais completa, mas também podem ser utilizadas para manipular o jornalista e a opinião pública.

As armas que o 4º Poder pode utilizar contra o abuso dos políticos são a perseverança, a inteligência, o método jornalístico e a coragem de enfrentar os poderes estabelecidos. Uma das consequências do caso Watergate foi também o facto de muitos membros da profissão pensarem que tinham mais poder do que aquele que possuíam na realidade, a chamada *hubris* (que significa ter confiança excessiva, orgulho exagerado): "[em 1974] a *Columbia Journalism Review* advertiu que a mesma imprensa iria longe demais «no orgulho, ou mesmo na arrogância, de que pode vir com o poder. No discurso auto-elogioso sobre Watergate é possível que tenha havido demasiado autoconvencimento de que apenas os jornalistas sabem o que é adequado para os jornalistas»." (Zelizer, 2000:47)

As mudanças para a profissão jornalística foram inúmeras, embora não tantas como se pensou na altura: "no final dos anos 80, o próprio Bernstein admitiu que o caso Watergate não tinha tido o efeito esperado sobre o jornalismo." (*idem*)

Ainda assim, Watergate mudou o jornalismo por dentro, e forçou também a mudança de relações entre o sistema judicial e político americano, tal como referem Kovach e Rosenstiel: "a reportagem sobre investigações proliferou a partir da década de 70 do séc. XX, por um lado, devido ao crescente número de investigações realizadas e, por outro, devido às medidas tomadas pelos governos federal e estaduais depois do caso Watergate, no âmbito das quais foram aprovadas novas leis de ética e criados gabinetes especiais para controlar a atuação do governo. Além disso, ao longo destes tempos, os jornalistas passaram a depender mais de fontes anónimas, ao ponto de esta prática se ter tornado uma preocupação tanto para jornalistas



Há aspetos únicos da profissão jornalística que são retratados de forma semelhante em todos os filmes, tais como o 'jornalês', o pensamento de alcateia [pack journalism], o interesse pelos critérios de noticiabilidade, a obsessão pelo 'furo', pelos prazos e pelo fator tempo.

como para um público cada vez mais desconfiado." (Kovach & Rosenstiel, 2004:122)

LIGAÇÕES PERIGOSAS – a imprensa e o *online* juntos contra o poder político

O ator principal do filme, Russell Crowe, referiu numa entrevista que se sentiu atraído para a personagem de Cal McAffrey porque, segundo ele, "quis explorar a ambiguidade do jornalismo... É um conceito assumido que os jornalistas se mantêm objectivos (...). Mas eles também são humanos, também são afectados emocionalmente (...). Por isso, penso que examinar esse conceito e examinar o papel que a experiência humana tem no jornalismo que lemos, seria muito interessante." 1

Ligações Perigosas, que é um filme que deve muito a Os Homens do Presidente, não só em termos de ideologia jornalística, como também em termos estéticos, tem na personagem de Cal um repórter 'à moda antiga', que é mostrado a fazer o seu trabalho de investigação nos locais, junto de testemunhas, contactando com as autoridades (com quem tem uma relação de cumplicidade, vendo-se nessas cenas a cultura jornalística das relações com as fontes).

A idoneidade jornalística de Cal em algumas circunstâncias do filme é posta em causa (por causa das suas ações), mas o jornalista a certa altura no filme usa com a colega Della Frye a expressão "factos em vez de rumores", mostrando assim que não gosta de especular, e refere-se de seguida aos attack dogs ['cães de ataque'] para descrever alguns membros da sua profissão que não têm escrúpulos nem ética jornalística. Por vezes, Cal usa a persuasão e métodos dúbios para obter resultados (chantageia, mente, manipula, obtém declarações gravadas sem o conhecimento das fontes, retém provas importantes para o caso, que não divulga à polícia, por exemplo).

No entanto, Cal mantém uma relação de respeito com a sua colega novata e inexperiente (ainda que ambiciosa) da secção *online*, a quem trata com respeito, dando-lhe vários conselhos profissionais ao longo do filme, e igual protagonismo em termos da investigação da história.

Tal como n' Os Homens do Presidente, é de novo mostrado o desejo de afirmação de quem acabou de chegar à redação, do jornalista 'novato'. Esse desejo de reconhecimento é expresso através dos métodos utilizados, mas tem em comum a ideia de que descobrindo factos, investigando dados e tendo fontes fidedignas, esse reconhecimento profissional por parte dos membros da comunidade chegará mais rapidamente.

No início do filme, antes de Cal e Della se tornarem parceiros de investigação, Della é mostrada na secção *online*, e embora esta vertente do jornalismo não seja mostrada depreciativamente, e até exija à mesma trabalho de investigação e profissionalismo, não é considerada por Cal como jornalismo de qualidade, o que leva Cal a dizer a Della que "a inexperiência não é fatal, mas a incompetência é".

Este tema, o da reputação do jornalismo online vs. o jor-

nalismo tradicional, impresso, é muito atual e só agora começa a ser explorado em filmes sobre jornalismo, mas será inevitável que no futuro este 'choque de gerações' tenha um grande destaque, acompanhando, como os filmes sobre jornalismo sempre o fazem, as novas descobertas tecnológicas e as consequências que daí advirão para a profissão de jornalista.

Se hoje em dia o veredito é o de que o jornalismo impresso ainda será a forma mais fidedigna e factual de fazer jornalismo, e de que o *online* é um jornalismo feito de pressa, de inexatidões, do apelo ao sensacionalismo e ao imediato, essa opinião poderá mudar no futuro, até porque se o jornalismo *online* está a mudar o panorama das redações e das tiragens dos jornalis tradicionais, é inevitável também que os jornalistas do impresso, tal como Cal, tenham de mudar os seus métodos e a sua forma de investigar as notícias.

NOTAS FINAIS

Em ternos da especificidade da cultura e da rotina profissional dos jornalistas, há uma clara divisão entre os filmes dos anos 40 e 50 e os dois filmes mais recentes. Assim, conceitos fundamentais à profissão, como a neutralidade, a objetividade, a independência e o 'dizer a verdade', por exemplo, são pouco respeitados pelas personagens principais d' *O Grande Escândalo, Citizen Kane* e *O Grande Carnaval*.

Raramente se vê Hildy, Walter, Kane e Tatum a preocuparem-se com estes preceitos, sendo pelo contrário inúmeras vezes ignorados por todos eles, os 'cavalheiros da imprensa', que como refere uma personagem n' *O Grande Escândalo*, 'só têm dito e escrito mentiras', procedimentos muito diferentes do autoproclamado 'lutador incansável dos direitos do público', representado por Charles Foster Kane, no início de *Citizen Kane*.

N' Os Homens do Presidente, que ainda hoje, ao fim de 40 anos, se pode considerar o filme que mostrou de forma mais verídica a imagem de um jornalista, vê-se toda a rotina jornalística ao pormenor, observando-se também, em termos éticos, os jornalistas no geral a cumprir as regras da profissão.

Os 'jornalistas-tarefeiros' e meticulosos, representados por Woodward e Bernstein, transformaram-se, devido ao resultado das suas ações, em 'jornalistas-heróis', influenciando dessa forma incontáveis espetadores ao longo dos anos, e de certeza futuros profissionais do jornalismo. Embora, como foi referido, o efeito e as consequências do caso Watergate para a profissão se tenham desvanecido logo nos anos 80, continuam a ser um exemplo de jornalistas íntegros, a imagem perfeita do jornalista enquanto profissional e, devido a isso, verdadeiros 'heróis' para os seus pares.

Ligações Perigosas, embora seja um herdeiro dos valores d' Os Homens do Presidente, é também um filme que decorre mais de 30 anos depois, e por isso reflete também as mudanças e a evolução no mundo do jornalismo.

Se, nos três filmes iniciais, também existia uma dicotomia e uma luta entre o 'velho' e o 'novo' jornalismo, o jornalismo à moda antiga vs. o jornalismo in the gut de Chuck Tatum, que privilegia o interesse humano, em *Ligações Perigosas* a luta já é entre o jornalismo tradicional impresso vs. o jornalismo *online*, o 'futuro'.

Em relação aos pontos em que os cinco filmes se assemelham, há aspetos únicos da profissão jornalística que são retratados de forma semelhante em todos os filmes, tais como os anteriormente mencionados 'jornalês', o pensamento de alcateia [pack journalism], o interesse pelos critérios de noticiabilidade, a obsessão pelo 'furo', pelos prazos e pelo fator tempo, entre outros, que podemos dizer são as 'regras não escritas' da profissão.

Mesmo com todas as diferenças já anteriormente apontadas, aspetos como a obsessão com o seu trabalho, que faz um jornalista sê-lo 24 sobre 24 horas, a sua ambição e a vontade de sucesso, a importância da experiência no terreno, a atenção dada à concorrência, que está sempre presente na mente das personagens, o desejo de aumentar as tiragens, por exemplo, tornam os jornalistas dos anos 40 e 50 muito semelhantes aos jornalistas d' Os Homens do Presidente e Ligações Perigosas, já que todos são parte de uma cultura partilhada, que os argumentistas sabem existir há séculos, e que terá de ser transmitida inevitavelmente no grande ecrã, de maneira a tornar esses jornalistas credíveis; há certos mandamentos e certas características que terão de ser espelhadas num filme, para que o público acredite estar a ver um jornalista, independentemente de este ser um 'herói' ou um 'vilão'.

Em suma, o 'jornalista-tipo' retratado nos cinco filmes é ao longo das décadas um repórter que se preocupa essencialmente com o 'furo', com a notícia que mais nenhum colega ou jornal concorrente tem, e que lhe poderá valer uma carreira.

No geral, utiliza todas as 'armas' que tem ao seu alcance, em termos de rotina jornalística, não se preocupando muito com as hierarquias dentro do jornal, e tem pouco respeito pelas forças da ordem, chocando constantemente com o poder político e económico, sem receio das consequências. Ainda, se for necessário, recorre a métodos menos éticos para apurar toda a verdade dos factos.

Embora este 'jornalista-tipo' seja um profissional com algumas fraquezas, tem também um fator fundamental que o caracteriza: está dos lados dos desprivilegiados e dos injustiçados, e tentará sempre descobrir e relatar toda a verdade sobre os abusos de poder dos ricos e poderosos.

Podemos concluir que se o jornalista nos filmes atuais continua a ser 'herói', porque a sua luta é contra a injustiça e os seus ideais são nobres, combate nos dias de hoje com menos ingenuidade e, em certo sentido, já é mais um 'jornalista anti-herói', porque essas armas com que combate os abusos de poder são as mesmas utilizadas pelos criminosos que persegue e investiga: a manipulação, a mentira, a dissimulação e a inflexibilidade.

BIBLIOGRAFIA

António, L., (1990). Cinema e Comunicação Social, Portalegre: Câmara Municipal – Festival Internacional de Cinema.

Correia, F., (1997). Os Jornalistas e as Notícias, Lisboa: Caminho. Kovach, B. & Rosenstiel, T., (2004). Os Elementos do Jornalismo, Porto: Porto Editora.

Ramonet, I., (2003). Set the media free, *in* Le Monde Diplomatique [English Edition], Octobre 2003, disponível em

https://mondediplo.com/2003/10/01media

Traquina, N., (2004). A tribo jornalística, Lisboa: Notícias Editora. Zelizer, B., (2000). Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa, *in* Revista de Comunicação e Linguagens, Lisboa: Relógio d'Água, pp. 33-61.

1) Russell Crowe, no jornal universitário *Silver Chips*, in http://silverchips.mbhs.edu/story/8246







2016 | 2017

Júri



Dulce Maria Cardoso



João Carneiro



Natália Luiza Campos

PRÉMIOS

Grande Prémio Fundação INATEL

Prémio Miguel Rovisco

Entrega de originais até 13 de janeiro de 2017

Consulte o Regulamento

Informações : Fundação INATEL Sede Unidades Orgânicas Locais Telf 210 027 150 | 145 cultura@inatel.pt

Mais informações: inatel.pt | fb/inatel.portugal





Joaquim Letria Sem Papas na Língua

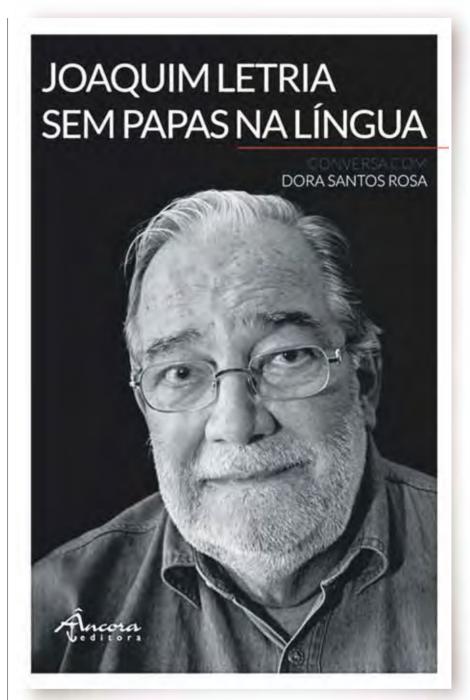
DORA SANTOS ROSA

Âncora Editora, Lisboa, 2014

Texto Carla Baptista

erá possível dizer que um homem guarda a história dentro do coração? Pela mão de Joaquim Letria, o entrevistado deste livro, da autoria de Dora Santos Rosa, atravessamos os últimos 60 anos da vida do país, ainda antes dos tempos do "vendaval crísico" que representou o PREC (a expressão é do general Eanes, que assina o prefácio) até ao desencanto com o presente. Não é um livro de memórias, antes uma conversa alargada que percorre a carreira do jornalista "cosmopolitamente informado", e as intervenções na área política, nomeadamente enquanto porta-voz do general Eanes durante o segundo mandato presidencial, constituindo um belo contributo para a memória da profissão e para a arqueologia das relações entre os media e o poder.

O percurso de Joaquim Letria partilha afinidades com outros da sua geração: a entrada precoce na profissão (aos 19 anos, para o Diário de Lisboa), levado pela motivação literária e pelo desejo de participação cívica, a politização à esquerda e uma acumulação desumana de empregos (chegou a conciliar Diário de Lisboa com a Associated Press e o Rádio Clube Português, para além de escrever "uma reportagem ou uma entrevista para a Flama nos tempos livres"). No caso de Joaquim Letria, as coisas aconteceram sempre mais depressa e melhor. Como ele próprio confessa: "gozei muito". Enquanto trabalhava na BBC, entre 1970 e 1974 (em Londres foi, em simultâneo, correspondente do Diário de Lisboa e do Expresso), recebeu um convite do banqueiro Jorge de Brito (Banco Intercontinental Português), recem comprador do império de O Século à



família Pereira da Rosa, para ser "correspondente europeu" do jornal. Um cargo de sonho, muito bem pago, que lhe permitiria viajar pelo continente europeu. Ainda estava a pensar se aceitava quando aconteceu a revolução de Abril e Jorge de Brito é preso. Uma prisão tão sui generis que todos os dias era transportado de Caxias num carro celular para o restaurante do Hotel Altis, local onde os dois se encontravam ocasionalmente para almoçar.

A vida já corria veloz antes da revolução, mas o pós 25 de Abril acrescentou loucura, aceleração e notoriedade em doses gigantes. Foi para a RTP logo em 1974, a convite do Ministério da Informação dirigido por Raul Rego e com a aprovação do MFA. A passagem anterior pela BBC foi fundamental para enfrentar esses tempos em que "não existia a experiência de uma televisão livre, com programas de discussão de ideias, com entrevistas ao vivo". No primeiro dia de trabalho na RTP, enquanto aguardava na sala de espera do presidente do Conselho de Administração, conheceu um "senhor fardado, com a farda número um do Exército e uma peliça, um casaco muito bonito dos oficiais, que ninguém usava naquele período revolucionário". Era o (então) major Ramalho Eanes, também no seu primeiro dia enquanto diretor de programas.

Passados 15 dias, o "coronel amigo do general Spínola" que na altura dirigia a televisão estava a despedir "o tipo das barbas" (o próprio Letria, alegadamente por Spínola não ter gostado de uma entrevista ao presidente Pedro Pires de Cabo Verde). Outros 15 dias decorridos, já era o major Ramalho Eanes quem presidia à RTP. O despedimento ficou esquecido, acabou de "desalfandegar os livros que trouxera de Londres" e começou a trabalhar na dependência de Álvaro Guerra, diretor de informação, fazendo programas de debates, com o estúdio cheio e onde

toda a gente podia participar. Num deles, chamado "Teledomingo", "tive a felicidade de mandar calar o nosso querido ex-primeiro ministro Durão Barroso". Motivo: este queria ler um documento de 17 páginas aprovado numa reunião geral de alunos de Direito. Um gesto destes garantia uma manifestação de protesto à porta da RTP e muitas acusações de "social-fascista". Recorda que toda a gente se apresentava da mesma maneira: "vou dizer uma coisa muito importante, pá!"

A saída da RTP coincide com a de Ramalho Eanes, acusado de cumplicidade com "os conspiradores do 11 de Março" (a suspeita residia no inexplicável silêncio da televisão face ao que se estava a passar no país, que apenas se pode

O pós 25 de Abril
acrescentou loucura,
aceleração e notoriedade
em doses gigantes. Foi
para a RTP logo em 1974,
a convite do Ministério
da Informação dirigido
por Raul Rego

compreender recuando a um contexto de instrumentalização pelos vários poderes - gabinete do primeiro-ministro, secretariado de informação, COPCON).

A vida de Joaquim Letria está cheia de cruzamentos com a história, alguns risíveis: o 25 de novembro apanha-o no castelo de Leiria, a filmar uma longa metragem de Artur Semedo, fazendo de repórter que entrevistava o "rei das Berlengas". No elenco havia um sósia de Spínola, originando o rumor de que o general tinha voltado de Espanha e estava no castelo com um grupo armado para liderar o contra-golpe...

Depois da RTP, veio a direcção do semanário O Jornal, que abandonou intempestivamente devido a desentendimentos pessoais. Saiu muitas vezes em conflito dos lugares que ocupou mas nunca ficou mais de

uma semana no desemprego.
Quando saiu de O Jornal, atravessou
a avenida da Liberdade para
"desanuviar" e foi beber um copo ao
Pabe, o restaurante que acolhia a
equipa do Expresso. Encontrou lá
Eduardo Corregedor da Fonseca,
antigo redactor do Diário de Lisboa e
na altura administrador da agência
noticiosa ANOP. Beberam o copo à
média luz do bar. À saída, Letria já
tinha um lugar de repórter à espera.

Acabou por inaugurar na ANOP o gabinete de grande reportagem, com António Mega Ferreira, Helena Vaz da Silva e Maria Antónia Palla. Foi mais um período de viagens intensas e reportagens históricas, muitas delas em África. Se a época da BBC correspondeu ao período em que conheceu os líderes dos movimentos de libertação (Amílcar Cabral, Eduardo Mondlane, Samora Machel, Agostinho Neto, Joaquim Chissano), o tempo da ANOP coincidiu com uma explosão de novos conflitos, muitos deles cobertos por Joaquim Letria: Sudão, Namíbia, Rodésia, Angola, África do Sul...

Seguiu-se o regresso à RTP, para fazer, entre outras coisas, o programa "Tal & Qual", que acabou sendo proibido em 1979. Depois de uma "reunião lixada", foi comer sardinhas em Alfama com um amigo que era correspondente da televisão espanhola em Portugal e que, a meio do jantar, lhe deu a ideia: "Hombre, eu agora no teu lugar fazia um jornal e dava-lhe o mesmo nome". Uma semana depois, exactamente no dia em que o programa iria para o ar, havia um novo jornal nas bancas.

São apenas exemplos das muitas histórias de vida e obra que povoam este livro, produto de uma visão pessoalíssima, mas tão estimulante para quem se interessa pela história do jornalismo. Joaquim Letria é certamente um dos protagonistas principais dessa história, e tem a vantagem de saber contá-la com o detalhe, o humor, a independência e a capacidade de síntese que caracterizam os grandes jornalistas.

Casa da Imprensa prepara regime complementar de reforma



Casa da Imprensa prepara o lançamento em breve de uma nova modalidade de Previdência-Reforma. Ela é destinada primeiramente à adesão individual dos seus sócios, mas poderá ser aberta também à adesão coletiva de outras associações e das empresas do sector da comunicação social.

A modalidade de Previdência-Reforma destina-se a proporcionar a constituição e valorização da poupança dos seus subscritores - em favor destes, em situação de reforma ou invalidez, ou, em caso de morte, em favor dos seus herdeiros legais ou dos beneficiários que para tal designarem.

Trata-se, na sua essência, de uma

solução mutualista típica, mas com semelhanças também com os PPR lançados por bancos e companhias de seguros. No caso concreto, porém, tem características próprias, uma das quais é a que alia, no mesmo produto, a constituição e valorização da poupança com a proteção contra os riscos de morte e invalidez em moldes semelhantes aos de um seguro de vida.

Em traços resumidos, com a subscrição da modalidade o associado cria um Plano de Poupança, que lhe confere o direito, ao atingir a idade normal de reforma, a receber um Capital de Reforma que corresponde à poupança acumulada e ao rendimento gerado ao longo dos anos. O capital investido é garantido no final do plano e a valorização da poupança beneficia de um rendimento mínimo garantido, fixado antecipadamente, e de um rendimento suplementar que varia em função dos resultados da modalidade.

Em caso de invalidez ou de morte, o subscritor ou os seus herdeiros legais ou os beneficiários que designar recebem um Capital de Risco, cujo valor corresponderá, no mínimo, ao somatório das quotas já pagas e das que pagaria até à idade de reforma.

A criação da nova modalidade corresponde a uma necessidade há



muito sentida pelos associados da Casa da Imprensa e pelos jornalistas e profissionais da comunicação em geral.

Na ação social desenvolvida pela associação mutualista confirma-se uma acentuada degradação das condições de vida dos jornalistas, em especial dos que estão no final da carreira ou na situação de reforma.

São conhecidas as causas deste quadro sombrio: o desemprego, frequentemente de longa duração após os 50 anos de vida, e o baixo valor das pensões, consequência, muitas vezes, da antecipação da reforma e de carreiras contributivas insuficientes. São muitos os casos de jornalistas com pensões mínimas ou

pouco mais. E não são poucos os que (sobre)vivem com o rendimento social de inserção e com a ajuda familiar.

As perspetivas para os mais jovens também são sombrias. Escassas carreiras contributivas, devido à precaridade dos vínculos laborais (principalmente nos primeiros anos) e baixos salários não garantem no futuro pensões condignas.

A necessidade de soluções complementares às pensões de velhice do regime público é assim evidente e a opção mutualista deve ser considerada seriamente. As soluções mutualistas são normalmente mais flexíveis, ajustando-se às condições do seu público-alvo e os resultados revertem integralmente para os subscritores. A natureza democrática do mutualismo permite um maior controlo dos regimes e um maior poder negocial.

A Casa da Imprensa propõe-se gerir a nova modalidade em parceria com um parceiro legalmente habilitado a tal, com resultados auditados por uma entidade externa e independente. Além disso, no quadro legal existente, pretende abrir a modalidade à adesão coletiva de associações e empresas do sector. No caso das empresas, trata-se de um desafio para que assumam uma responsabilidade social que até agora não têm partilhado.

www.poynter.org/2016/a-g-sulzberger-on-his-new-job-transforming-the-new-york-times-and-the-things-that-keep-him-up-at-night/435977

A. R. Sulzberger aponta ao futuro do NY Times



rthur Gregg Sulzberger começou a desempenhar as funções de director adjunto do New York Times em Novembro, perfilando-se para suceder ao pai e tornar-se na quinta geração Sulzberger a chefiar o jornal. Em entrevista ao "site" do Poynter Institute, A.G. Sulzberger elencou como seus principais objectivos "manter a publicação no caminho imparável da revolução digital, competir com a concorrência mais inovadora pela atenção do público e transformar leitores ocasionais em subscritores". O seu fim último é tornar o NY Times numa "verdadeira empresa digital first". A histórica publicação norte-americana está numa posição privilegiada para obter êxito na sua estratégia digital futura. Pela excelência do Jornalismo, pela fidelidade dos leitores e pela consistência dos avanços que já promoveu nas plataformas digitais. O NY Times conta com uma sólida fonte de receitas provenientes dos seus leitores muito dedicados, a maior parte ainda fiel à edição impressa, mas A.G. Sulzberger está consciente de que, para sustentar o crescimento do jornal, "é necessário que a redacção mude ainda mais do que o fez no último par de anos".

A.G. Sulzberger foi o autor do *Relatório de Inovação* do *NY Times* (www.niemanlab.org/2014/05/the-leaked-new-york-times-innovation-report-is-one-of-the-key-documents-of-this-

media-age), que muito deu que falar há dois anos. Esse documento foi a resposta a um momento de transformação na vida do jornal, que estava a perder leitores a um ritmo preocupante para "sites" como o Buzzfeed (www.buzzfeed.com) ou o Vox Media (www.vox.com). Desde então, o jornal tem-se focado na exploração de formas inovadoras de contar as histórias, expandindo-se para além do recurso clássico ao texto e à fotografia. Interactividade, vídeo e realidade virtual entraram no vocabulário quotidiano da redacção do NY Times. Os melhores recursos são postos ao serviço dessas novas linguagens. A publicação foi pioneira na aplicação da realidade virtual ao Jornalismo. Steve Duenes e a sua equipa têm desenvolvido um trabalho muito apreciado ao nível do Jornalismo visual e interactivo. E a estratégia para as plataformas móveis, liderada por Cliff Levy, mereceu do "guru" Ken Doctor (www.newsonomics.com) a classificação de "melhor experiência de conteúdos informativos em *smartphones*".

No que diz respeito ao digital, o diário da família Sulzberger não facilita. É o futuro da publicação que está em causa, e ainda recentemente foi dado outro sinal de consistência estratégica nesse caminho, com a aquisição do popular guia de compras norte-americano *Wirecutter* (www.wirecutter.com).



http://contentmarketinginstitute.com/2016/11/write-user-oriented-content

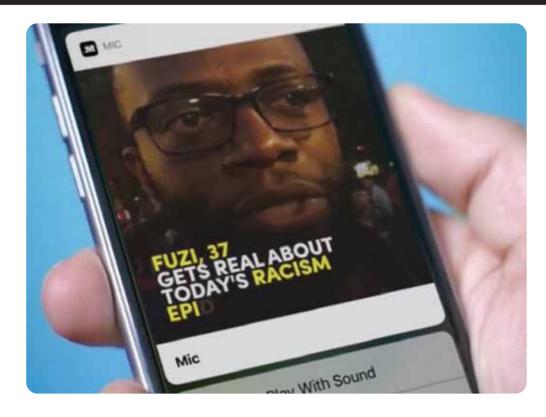
Guia de sobrevivência nos media digitais

ixar as atenções de quem nos lê, ouve e vê numa paisagem digital saturada de informação e propícia à dispersão não será nada fácil, mas o Content Marketing Institute deixa-nos pistas que talvez possam ajudar a fazer esse caminho. Este "site" publica regularmente textos tutoriais destinados a tornar mais eficiente a comunicação nas plataformas digitais e a fidelizar os utilizadores.

Recomendo a entrada no *Content Marketing Institute* através do artigo de Gareth Bull a que se refere o "link" supramencionado. Bull releva a necessidade de apresentar conteúdos que sejam claros, informativos e partilháveis. Para isso propõe que se criem esquemas de publicação que assegurem clareza, foco e fluidez ao que se publica. Sugere igualmente a adopção de um modo de

procedimento padrão, sem prejuízo da criatividade. E que, sempre que possível, fique claro para os utilizadores que aquilo que é publicado é algo que lhes é útil e aplicável nas suas vidas diárias. Bull alerta também para a necessidade de ligar constantemente as publicações a outros conteúdos de qualidade existentes na Net. "Linkar" e citar sempre. Bem como evitar, a todo o custo, a opção fácil pelos "teasers" apelativos (clickbaits) se eles não remeterem para matérias de qualidade inquestionável. Por último, mas não menos importante, Gareth Bull lembra a obrigatoriedade de publicar muito regularmente. Nos tempos que correm, só as superautoridades nas suas respectivas áreas podem darse ao luxo de publicar de longe a longe sem se arriscarem a perder a atenção.





www.niemanlab.org/2016/11/mic-is-now-sending-iphones-push-notifications-with-videos-that-play-right-on-the-lock-screen

Informação para millennials

ma das tendências em voga, na produção de conteúdos informativos para as plataformas digitais, é o envio de notificações para os ecrãs de protecção dos *smartphones*. Essa prática generalizou-se, mas a *Mic (www.mic.com)*, um "site" de informação que nasceu assumidamente virado para a geração "millennial", está a dar alguns passos em frente na utilização dessa tecnologia, ao criar uma versão melhorada da *app MicCheck* para iPhone que permite, por exemplo, enviar vídeos visualizáveis directamente no ecrã de protecção.

A ideia por detrás do programa de notificações da *Mic* é que os utilizadores não necessitem de abrir a aplicação para ficarem com o essencial da informação de que precisam. O programa está organizado em 12 tópicos – *breaking news, eleições americanas 2016, feminismo, Black Lives Matter,* etc. – e o utilizador recebe as notificações das áreas que subscreveu, produzidas

invariavelmente sob uma lógica de proporcionar aos subscritores uma informação completa no ecrã de protecção, e não só "teasers" para os conteúdos desenvolvidos no "site".

A publicação está a produzir mais de 50 vídeos originais por dia, criados quer para o "site" quer para as visualizações rápidas nos ecrãs de protecção. Ao mesmo tempo, tem em curso um estudo de comportamento dos utilizadores face aos alertas que recebem nos telemóveis, que servirá de base ao desenvolvimento de níveis de personalização mais apurados para os programas de notificações.

Neste artigo de Joseph Lichterman para o *Nieman Lab* são apresentados outros exemplos de formas inovadoras de utilizar a tecnologia de notificações, como o caso da *NBC News* (www.nbcnews.com), que actualizou recentemente a sua *app* para iPhone para poder incluir fotos, mapas e infografias nos alertas.

www.ericsson.com/thinkingahead/consumerlab/consumer-insights/tv-and-media-2016

O futuro da TV é móvel



último relatório anual Ericsson ConsumerLab TV & Media, com as conclusões de um inquérito a trinta mil pessoas de 24 países, incluindo Portugal, aponta para um enorme e rápido aumento do número daqueles que preferem ver televisão e vídeo em dispositivos móveis, como smartphones e tablets. O tempo dedicado à visualização de TV e vídeo em equipamentos móveis aumentou 85% nos últimos seis anos, enquanto que nos ecrãs fixos esse tempo reduziu-se 14% no mesmo período.

O desejo de consumo de TV e vídeo mantém-se o

mesmo, mas vem mudando a preferência pelos dispositivos utilizados. E isto apesar de se gastar muito mais tempo a escolher o que ver nos equipamentos móveis. Os consumidores gastam 45% mais tempo a decidir o que ver quando estão a utilizar um dispositivo móvel do que quando usam a televisão linear. No entanto, ficam mais satisfeitos com o que acabam por escolher num dispositivo móvel, o que faz com que os serviços de *Video on Demand* sejam considerados pelos inquiridos mais importantes do que os serviços de televisão tradicionais. *Think mobile* parece ser cada vez mais um imperativo.

www.facebook.com/facebookmedia/journalists

Cursos *online* para usar melhor o *Facebook*

empresa de Mark Zuckerberg tem tentado constituir-se como opção válida para os jornalistas, que tendem a utilizar o *Twitter* como rede social preferencial para a sua actividade. Um dos primeiros passos nesse sentido foi o lançamento do *Signal (www.facebook.com/facebookmedia/get-started/signal)*, uma ferramenta pensada especificamente para os jornalistas e que permite rastrear o *Facebook* e o *Instagram* em busca de informação relevante sobre os assuntos que dominam as discussões, em cada momento, nessas redes sociais.

Possibilita igualmente a incorporação

desses conteúdos nas próprias

publicações dos jornalistas que efectuam

os rastreios – o *Twitter* está a trabalhar num projecto semelhante, a que deu o nome de *Project Lightning*. Mais tarde foi criado um grupo fechado, já com cerca de nove mil membros, denominado *News, Media & Publishing on Facebook (www.facebook.com/groups/media.publishers*). Por último, surgiu um conjunto de cursos gratuitos "online" para jornalistas, destinados a maximizar o potencial de utilização do *Facebook* para fins

profissionais. Estes cursos cobrem múltiplas vertentes, como a pesquisa de informação, o processo de escrita, a produção de vídeo e fotos de 360 graus ou a utilização do *Facebook Live* (https://live.fb.com). Os workshops "online" são a não perder.



Numa propriedade em Sintra, um rei destronado mostra-se avesso a entrevistas e uma jovem jornalista inventa um subterfúgio para o abordar. Esta é a história da entrevista de Manuela de Azevedo com Humberto de Sabóia.

Texto Gonçalo Pereira Rosa Ilustrações Draftmen

"SOU CRIADA DE SUA MAJES





P an m ta

caminho da Quinta da Piedade, em Colares, um automóvel rola vagarosamente pela estrada florestal. Talvez o motorista Luís Preto se interrogue sobre o estranho pedido da «senho-

rinha» que o mandou parar à entrada de um hotel em Sintra e lhe pediu transporte até à propriedade da Marquesa de Cadaval. Pelo caminho, avisou-o que o «seu assunto» poderia demorar algumas horas e pediu-lhe que a esperasse uma centena de metros antes do portão, abrigado na sombra.

Já no interior da propriedade, Manuela de Azevedo sente o nervosismo das grandes decisões. À boa maneira portuguesa, o seu projecto não foi planeado, nem encenado. Resulta de um impulso, de uma decisão instantânea de chegar onde ninguém chegou. Repugna-lhe ter de mentir enquanto caminha através de uma alameda, mas não tem outra hipótese, sobretudo quando, ao virar da esquina, dá de caras com um dos dois agentes da polícia destacados para a vigilância da propriedade.

Impassível, embora tremendo por dentro, pede indicações para chegar à fala com o cozinheiro Jaime Coelho, «que é como se fosse de família». Na vila, nessa mesma manhã de 19 de Junho de 1946, apurara discretamente os nomes dos intermediários que poderão ser úteis na aventura: o motorista Miro, o criado de mesa Fernández e o cozinheiro Jaime. São funcionários da propriedade que a Marquesa de Cadaval cedeu a Humberto de Sabóia, esposa e filhos, para o exílio em Portugal. Mas Manuela de Azevedo só lhes conhece os nomes.

A jornalista respira fundo ao entrar na cozinha. O nome do cozinheiro foi o seu cavalo de Tróia, o estratagema para obter acesso até à intimidade do homem que, durante um mês, fora rei em Itália e se vira obrigado ao exílio depois de um referendo ter dado vitória esmagadora à solução republicana. Enquanto troca palavras confusas com o cozinheiro, procurando congeminar um plano que justifique a sua presença na Quinta da Piedade, aproxima-se o rei, recémchegado dos seus passeios higiénicos pela serra. Olha-a com curiosidade, de bengalinha na mão, e avança. Manuela de Azevedo poderia ter confessado logo ali o seu propósito: queria entrevistar o soberano que recusara os esforços de toda a imprensa europeia desde que chegara a Portugal uma semana antes. Queria mostrar aos camaradas do *Diário de Lisboa* que era tão destemida como eles. Num ápice, porém, o rei avançou e a oportunidade esfumou-se.

UM PROJECTO JORNALÍSTICO

O rei de Itália, filho de Vítor Manuel III, reinou fugazmente depois da abdicação do pai em 9 de Maio de 1946. Foi-lhe imposto um referendo, cujo desfecho validou, de forma esmagadora, o fim da monarquia. O povo italiano não perdoava à Casa de Sabóia a conivência com o governo de Mussolini nem a temeridade da participação na Segunda Guerra Mundial que deixara o país em frangalhos. Pouco importava que o próprio Humberto II tivesse igualmente sofrido com o conflito: a irmã Mafalda morrera num campo de concentração e a irmã Giovanna fora detida na Bulgária e acusada de cumplicidade com os nazis.

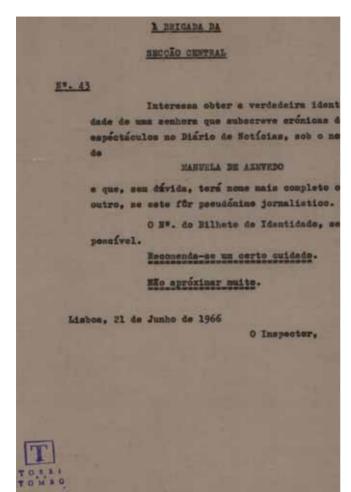
Com a dissolução da monarquia, a família real teve de encontrar refúgio. Vítor Manuel III e a rainha Helena abrigaram-se no Egipto.

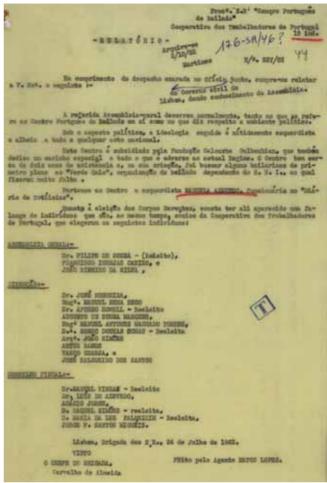
Humberto II escolheu Portugal, onde aterrou na manhã do dia 14 de Junho de 1946, recebido pela fiel comunidade italiana em Portugal. Na véspera, chorara o dia mais triste da sua vida, mas prometeu a si mesmo que não comentaria a situação política do seu país. Sorriu aos repórteres que o aguar-

ENQUANTO TROCA
PALAVRAS CONFUSAS
COM O COZINHEIRO,
PROCURANDO
CONGEMINAR UM
PLANO QUE JUSTIFIQUE
A SUA PRESENÇA NĂ
QUINTA DA PIEDADE,
APROXIMA-SE O REI,
RECÉM-CHEGADO DOS
SEUS PASSEIOS
HIGIÉNICOS PELA SERRA

davam na Portela, mas recusou com firmeza qualquer entrevista, compromisso que manteve nos dias seguintes.

Na Rua Luz Soriano, em Lisboa, «num Bairro Alto ainda alumiado a bicos de gás», como conta na sua Memória de uma Mulher de Letras, o Diário de Lisboa é agora a casa de Manuela de Azevedo, a única (mas não a primeira) mulher redactora profissional em Portugal. Acumulou experiência na República (de 1937 a 1941) e na Vida Mundial Ilustrada (de 1941 a 1945) e já tem dois livros publicados. Corresponde-se com Marcelo Caetano, a quem pede que interceda por uma amiga em 1946, e o seu talento foi reconhecido por Aquilino Ribeiro, que a promoveu junto do director Joaquim Manso, e pelo chefe de redacção José Ribeiro dos Santos, que a recomendou depois de trabalhar com ela na República. À data da sua admissão em 16 de Julho de 1945, Manso disse-lhe apenas: «Minha senhora, no Diário de





SECUNDA-FEIRA, 24 DE JUNHO DE 1946

DIRECTOR - JOAQUIM MANSO

ONES: P. B. R. 2 2771, 2 0273, 2 0275. 2 0275

REDACÇÃO, COMPOSÇÃO E EMPRESSÃO PROPRIEDADE DA RENASCINÇA "APICA EDITOR — JOÃO CHRESDETOMO DE SA
RECO TELEGRAPICO: DISSOA BUIA LUZ SORIANO. 44 44 - LISBOA ADMINISTRAÇÃO — RUA DA BOSA, 37, 12 NIMERO AVUISO: 50 CENTA VOS

O EXÍLIO DOS REIS DA ITÁLIA EM PORTUGAL (1)

Sou uma criada de Sua Majestade!"

- e assim foi possivel penetrar

na intimidade da residência de Humberto II

por MANUELA DE AZEVEDO

A anitacão na India





A terra tremeu

ourante 36 segundos no Estado de Washington e deram-se canas de pavor



A ultima imagem desta aventura jornalistica: Humberto II, ao cimo da escadaria do palacio onde else com sua familia, consente que a objectiva do pitografo a surpreenda em animada conversa com a nosa redactora

Lisboa, os redactores têm liberdade máxima e responsabilidade máxima.»

Nem tudo são rosas para Manuela de Azevedo. Discretamente, apercebe-se que, quando está presente, uma bandeira branca é colocada na secretária à entrada da redacção, sinalizando que a linguagem tem de ser controlada na presença da «senhora». Pior: aberta ou veladamente alguns dos principais vultos do jornal expressam-lhe animosidade. Com Mário Neves e Artur Portela, tem zangas duradouras. É a eles que Manuela de Azevedo terá de provar o seu valor. É talvez por isso que se encontra em Sintra em perseguição do «furo» que a imprensa europeia não obteve.

CRIADA DE OCASIÃO

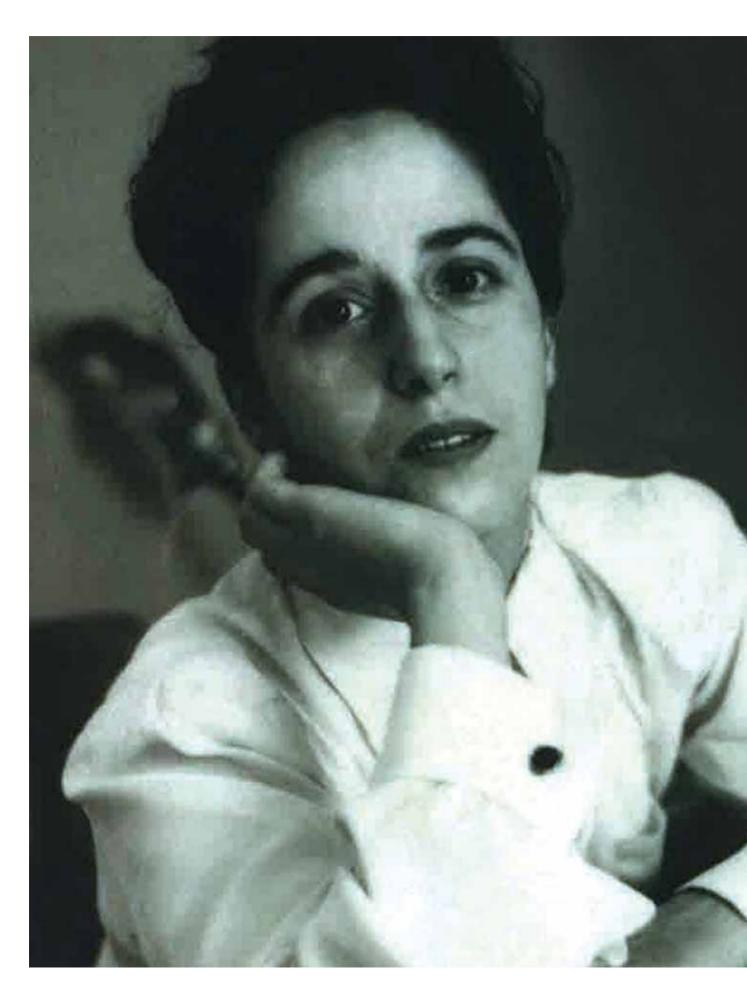
Na Quinta da Piedade, enquanto aguarda por novo contacto com o rei ou a rainha, Manuela de Azevedo vai tomando notas. Regista as brincadeiras dos quatro príncipes, sempre liderados

por Maria Pia, «a mais senhorinha»; o camareiro que entoa árias de ópera; as amigas da rainha. como Condessa de Sorrentini e a Marquesa do Cadaval, que a levam ao Estoril em longos passeios. Ninguém parece dar conta deste intruso na vida palaciana até uma empregada mais idosa lhe pergun-

COM MÁRIO NEVES E ARTUR PORTELA, TEM ZANGAS DURADOURAS. É A ELES QUE MANUELA DE AZEVEDO TERÁ DE PROVAR O SEU VALOR. É TALVEZ POR ISSO QUE SE ENCONTRA EM SINTRA EM PERSEGUIÇÃO DO «FURO» QUE A IMPRENSA EUROPEIA NÃO OBTEVE

tar se vem à procura de emprego. É nesse instante que o plano se define na mente de Manuela de Azevedo. Será pois uma candidata ao emprego de criada nesta propriedade onde ainda falta iluminação eléctrica, os banhos são tomados numa tina e a maioria das paredes mostra-se nua. Só assim passará despercebida.

Falta, porém, ludibriar os dois agentes de segurança que podem a qualquer momento detectar o automóvel que a espera na curva da estrada e estranhar tamanha persistência. Pelas 19h30, surge nova oportunidade de conversar com o rei. O monarca regressa do seu passeio pela serra e cruza-se com Manuela de Azevedo. Vem porém acompanhado de um agente de segurança e a jornalista não arrisca uma abordagem. Em contrapartida, é o agente que se dirige a ela. Tudo pode ruir agora, mas, como nos filmes de *suspense*, trata-se de falso alarme. O polícia quer apenas confidenciar-lhe que os passeios





com o rei acabam sempre da mesma maneira: encharcados em suor até aos ossos. Atenciosamente, acompanha Manuela de Azevedo à saída, detecta o táxi e recomenda-lhe que tome o eléctrico no dia seguinte para «não gastar os futuros ordenados».

De regresso ao hotel em Sintra, a jornalista retoca o seu plano. Enegrece as mãos, raspa as unhas na pedra e escolhe roupa mais consentânea com o seu disfarce. De Lisboa, Joaquim Manso mandou-lhe um automóvel e um fotógrafo para acompanhar as diligências. No dia seguinte, repete o percurso até à Quinta da Piedade, mais nervosa do que na véspera.

Talvez por isso, quando abordada pelo agente de segurança na rampa de acesso à propriedade, desata a correr na direcção da residência. Quer encontrar o rei, colocar um fim na charada. Acaba por se cruzar com a Marquesa de Cadaval que, elucidada sobre a sua identidade, se mostra divertida com a proeza e promete não a expulsar,

embora não interceda em seu favor pois prometeu a si própria que «evitaria qualquer coisa que lembrasse [aos Sabóias] o seu drama da pátria e da família».

Resta-lhe o contacto directo com o rei, por ora ausente da propriedade. Os agentes de segurança vasculham a Quinta à sua procura. Pela hora de almoço, o É AGORA OU NUNCA.
NO PRECISO MOMENTO
EM QUE O SECRETÁRIO
PESSOAL DO REI A
INTERPELA E QUER
SABER A SUA
IDENTIDADE,
«ABRE-SE UMA
PORTA LÁ NO FUNDO
E NA MINHA FRENTE
ESTÁ A FIGURA VARONIL
E SURPREENDIDA
DO REI»

carro de Humberto II regressa a Colares. É agora ou nunca. No preciso momento em que o secretário pessoal do rei a interpela e quer saber a sua identidade, «abre-se uma porta lá no fundo e na minha frente está a figura varonil e surpreendida do rei».

Manuela de Azevedo corre para o soberano, esbaforida e desgrenhada. Apresenta-se: «Há dois dias que ando por aqui disfarçada de criada de Sua Majestade.» Para seu alívio, o rei mostra-se divertido. A jornalista pede-lhe uma entrevista e, em desespero de causa, diz-lhe: «Falemos de flores, do clima, da paisagem. Tudo o que quiser, menos política, que decerto o horroriza.»

O rei sorri. Dá instruções em italiano ao secretário Brustia. Prepara-se para se despedir, mas a repórter não compreende o desfecho. Afinal, o que acontecerá? Passam-lhe um papel para as mãos. «A portadora é a senhorinha Manuela de Azevedo, jornalista que falou com o Rei, que





quer dar-lhe uma entrevista e que pede para V.Ex.ª marcar o dia e a hora – Brustia.» É uma nota para o general Grazziani, principal conselheiro de Humberto II, ironicamente alojado no mesmo hotel da jornalista em Sintra. A entrevista está garantida. À saída, com «o bilhetinho» no bolso, «o laissez-paisser maravilhoso e mágico», Manuela de Azevedo já não teme os polícias. E diverte-se a valer quando o fotógrafo do seu jornal lhe conta que o agente de segurança prometera ali mesmo que a Marquesa do Cadaval iria correr com a rapariga de «cabelo à refugiado» que invadira a mansão.

Como Norberto Lopes contará muito mais tarde (em *Elogio do Repórter*, número de aniversário de 1983 do *Diário Popular*), «ao terceiro dia, [Manuela de Azevedo] não ressuscitou como Cristo, mas acabou por se dar a conhecer».

A ENTREVISTA

A entrevista com o rei teve lugar três dias depois, no dia 23 de Junho e não foi uma conversa memorável. O «furo» era a própria entrevista, não o conteúdo. Começou, porém, com uma descoberta inusitada: «Ao fechar a porta da sala quase nua onde nos sentámos, o ex-rei de Itália deu com os olhos numa vassoura, explicando embaraçado: 'Foram mes enfants que puseram a vassoura atrás da porta para não nos demorarmos.' Era, inadvertidamente, a metáfora perfeita para o artifício escolhido por Manuela de Azevedo para aceder à Quinta da Piedade.

Durante a conversa, Humberto de Sabóia elogiou Sintra e o humanismo do povo português, lamentando o destino da sua família. Iniciada às 9 horas da manhã, a prometida conversa de 5/10 minutos prolongou-se por meia hora. O soberano prontificou-se ainda a posar para o fotógrafo do *Diário de Lisboa*.

Publicada entre 24, 25 e 27 de Junho de 1946

(no dia 26, o jornal não a publicou, lamentando um «motivo de força maior» que travara a sequência da história), a aventura foi um triunfo nacional e internacional, cimentando a reputação jornalística de Manuela de Azevedo. A repórter vendeu a história à imprensa estrangeira e a sua proeza correu mundo através da Reuter, «sendo incluída numa antologia espanhola como a melhor proeza jornalística do ano», registou Norberto Lopes.

Segundo a repórter (embora as peças processuais deste desfecho não tenham sido anexadas aos seus processos na PIDE), os dois agentes da polícia destacados para a segurança da Quinta da Piedade foram compulsivamente transferidos depois de a sua incapacidade ter sido exposta perante os leitores do *Diário de Lisboa*. Pouco depois, na tertúlia de A Brasileira, onde agentes da PIDE confraternizavam com alguns homens dos jornais, Denis Salgado, chefe do quadro fotográfico do jornal, foi mensageiro de uma ameaça

para a jornalista: «A corporação vingar-se-ia de mim nem que fosse a sacudir o pano do pó à janela», conta nas suas memórias.

De facto, nas quase três décadas que se seguiram até à revolução de Abril, Manuela de Azevedo foi repetidamente escrutinada pela polícia política. O interesse já vinha do DURANTE A CONVERSA, HUMBERTO DE SABÓIA ELOGIOU SINTRA E O HUMANISMO DO POVO PORTUGUÊS, LAMENTANDO O DESTINO DA SUA FAMÍLIA. INICIADA ÀS 9 HORAS DA MANHA, A PROMETIDA CONVERSA DE 5/10 MINUTOS PROLONGOU-SE POR MEIA HORA

ano anterior e do momento em que a repórter assinara no Centro Almirante Reis uma petição ao governo para adiar eleições, extinguir a PIDE e a Censura e modificar a Constituição. A proeza valera-lhe a detenção por algumas horas em 12 de Fevereiro de 1946 e o constante interesse da PIDE pelas actividades da «esquerdista Manuela de Azevedo», como nota um relatório de 1962. Mesmo assim, não se vergou. Num tempo em que, como notou nas suas memórias, muitos jornalistas «eram simples mandaretes que se limitavam a tomar nota do acontecimento e levar ao chefe da redacção o papel» entregue pelos serviços oficiais, Manuela de Azevedo fez jornalismo.

Com 105 anos, Manuela de Azevedo lançou há pouco tempo *O Pão que o Diabo Amassou*, volume de contos e memórias. Ali prometeu, como fizera em mais de oito décadas de carreira, que os óculos que utiliza para ver o mundo não deformam. Dão apenas mais cor.

DESIGN GRÁFICO | ARTE FINAL | PRÉ-IMPRESSÃO IMPRESSÃO DIGITAL | IMPRESSÃO OFFSET





Paquete de Oliveira à JJ n.º1 Jan/Mar 2000

Mundo profissional e mundo académico: "A aproximação terá de ser recíproca"

Texto Fernando Correia Fotos* José Frade

O Prof. Paquete de Oliveira é alguém particularmente bem colocado para, como primeiro convidado desta secção da II, nos falar, precisamente, de alguns dos temas que constituem o núcleo central das preocupações da nossa revista. Jornalista durante cerca de década e meia – chefe de redacção do Jornal da Madeira, de 1960 a 1966, e director do Diário de Notícias da Madeira, logo a seguir ao 25 de Abril e até 1976 – José Manuel Paquete de Oliveira enveredou depois pela carreira universitária, com larga actividade no ensino e na investigação, tendo a sua tese de doutoramente, em 1988, sido a primeira sobre jornalismo apresentada nas nossas universidades. Actualmente, além de professor de sociologia no ISCTE, é coordenador do mestrado de Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação e da Pós-Graduação em Jornalismo. É também, nomeadamente, coordenador das pesquisas do Projecto Sociedade da Informação – Internet, Interfaces da Sociedade (Praxis XXI, FCT) e do Estudo do Mercado Electrónico Português (Comissão Europeia, FCT).

O ensino e a investigação sobre jornalismo eram entre nós impossíveis, por motivos conhecidos, antes do 25 de Abril. Como descreve os passos dados desde então? Como caracteriza, nas suas coisas boas e menos boas, a actual situação do ensino do jornalismo, e quais os caminhos que preconiza para a sua melhoria?

Com a excepção talvez em dois ou três campos como em

Direito, Medicina, Engenharia, o ensino e a investigação nos mais diversos domínios de formação foram descuidados pelo Estado Novo. Convém não esquecer que a situação do ensino superior em Portugal só começou a viver melhores dias após a reforma de Veiga Simão (1973). As Ciências Sociais foram no seu todo as mais desprotegidas, pois eram vistas como «perigosas» para o «statu quo». Num Estado em que a liberdade de opinião e expressão estavam «confiscadas», logicamente não era conciliável «produzir» profissionais de informação. (Isto não quer dizer que não tenham existido alguns excelentes jornalistas). Fora das preocupações da universidade e das empresas, a responsabilidade desta formação foi sendo reinvidicada pelo Sindicato dos Jornalistas. Em 1940, este Sindicato apresentou ao Governo um projecto de um curso de formação de jornalistas, obviamente guardado na gaveta. Em 1970, é elaborado outro projecto (o projecto Silva Costa), subscrito por Jacinto Baptista, António Reis, João Gomes e Cáceres Monteiro.

Durante o Marcelismo (1968/74) três factos começaram

Homenagem

Nesta primeira edição da JJ publicada após o falecimento de Paquete de Oliveira, em Junho passado, não poderíamos deixar de aqui lembrar alguém que no nosso país marcou as últimas três décadas de crescimento e consolidação das ciências da comunicação, quer no plano da investigação quer no do ensino, em particular no que se refere ao jornalismo. Aliando seriedade e exigência à disponibilidade para a compreensão dos novos tempos trazidos pela revolução tecnológica, revelou-se um pioneiro na defesa da ligação entre as salas de redacção e as salas de aula, como o mostra a entrevista aqui integralmente reproduzida - em vários pontos ainda plena de actualidade... - publicada, significativamente, logo no primeiro número da revista do Clube de Jornalistas. Clube com o qual, aliás, Paquete de Oliveira colaborava desde 1997 enquanto membro do Júri dos Prémios Gazeta, em cujos trabalhos a sua intervenção sempre se caracterizou por traços que lhe eram próprios - rigor, competência, bom senso.

A lembrança aqui, e com ela a sentida homenagem ao mestre, ao companheiro, ao amigo.

"Não se compreende como é possível hoje em dia ministrar ensino neste campo sem a utilização das «ferramentas» próprias às novas tecnologias, aos novos media, como a Internet."

a alterar a situação neste campo: a lei da Imprensa apresentada por Sá Carneiro, Pinto Balsemão; um primeiro curso de jornalismo montado pelo grupo Quina e que funcionou na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (1973-77) e a fundação do *Expresso* (1973).

Com a libertação trazida pelo 25 de Abril, a explosão dos Media e do mercado publicitário (a industrialização do sector), o fascínio encantatório desta nova profissão de jornalista e também a sua credibilização e legitimação social, o panorama modificou-se. Contudo, só a partir de 1980 a universidade, de forma explícita, dá resposta ao ensino em ciências da comunicação. Primeiro a FCSH da Universidade Nova de Lisboa, depois o ISCSP da Universidade Técnica de Lisboa e a Universidade Católica. Acontece então para o ensino nesta área o que Mário Mesquita chamou o «milagre da multiplicação de cursos». É caso para dizer-se «não há fome que não dê em fartura». Todavia, esta imensa proliferação exige uma redefinição dos objectivos, uma reordenação dos campos e das funções a que se quer dar resposta com o ensino específico em jornalismo e em ciências da comunicação.

Para além das instituições de ensino, importa salientar neste aspecto valorativo da formação o papel dos centros de formação fundados entretanto, o CEJ do Porto (1983) e o CENJOR (1986).

Não existirá actualmente uma desadequação entre, por um lado, o tipo de ensino ministrado e, por outro, as novas exigências e a previsível evolução da prática profissional, nomeadamente no que se refere à utilização das novas tecnologias?

Este problema da dissociação entre o ensino ministrado e a prática profissional não é novo, nem tão pouco diz exclusivamente respeito ao ensino de jornalismo. Hoje, sobretudo em virtude do ritmo veloz em que a vivência do quotidiano se altera constantemente, coloca-se em todos os campos. No jornalismo, porém, ou melhor, na acepção que se tem feito do ensino de jornalismo, em Portugal, essa questão reflecte uma velha polémica.

Sempre houve uma convicção «íntima» por parte da «classe», como na gíria se reconhecem os jornalistas, que jornalismo se aprende é «com tarimba», na prática, com o cheiro – antes do chumbo, agora com a tinta das impressoras «laser» ou o «cheiro quente» dos computadores. Por seu lado, a genérica concepção e ministração de cursos não



especificamente direccionados para jornalismo, mas para formações mais abrangentes na área da comunicação, contribuíu para acentuar esse diferendo. As ciências da comunicação não têm de responder obviamente só ao jornalismo.

Por mim, entendo que todas as profissões se aprendem no «terreno», no exercício da profissão, com a aquisição anterior de uma sólida e actualizada formação intelectual, cultural e cívica, e um adestramento técnico-profissionalcientífico direcionado para o campo de actividade previsto. O resto, fazendo se aprende.

Esta concepção exige cooperação das escolas, das empresas, dos próprios «formandos» e compreensão-aceitação por parte da sociedade. Particularmente, o binómio escola-empresa tem de funcionar de forma muito cooperante. No que se refere, por exemplo, à questão das «novas tecnologias», não se compreende como é possível hoje em dia ministrar ensino neste campo sem a utilização das «ferramentas» próprias às novas tecnologias, aos novos "media", como a Internet. É um dos aspectos da desadequação.

Continua a constatar-se um apreciável fosso entre, por um lado, o número de estudantes que completam os cursos e, por outro, a oferta de emprego, pelo menos no que se refere aos grandes media. Como vê esta situação?

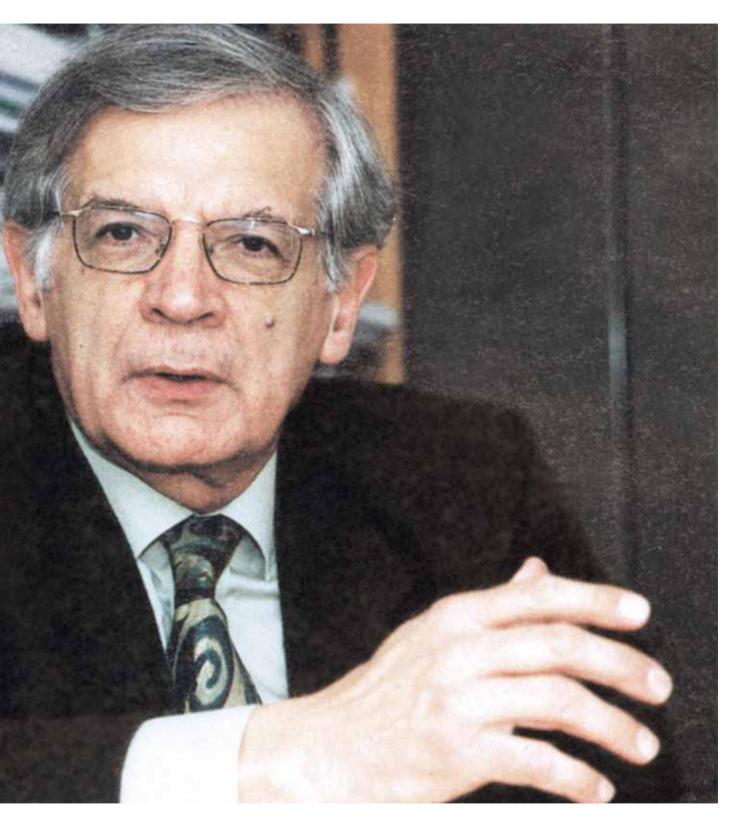
Creio que o hiato que existe neste momento no país entre a oferta feita pelo ensino superior e a procura por parte do mercado de emprego de licenciados pelos mais diversos cursos começa a ser preocupante. Fala-se em cerca de 22.000 licenciados desempregados. Os licenciados em jornalismo não poderiam fazer excepção. O estudo elaborado por Mário Mesquita e Cristina Ponte para a Comissão Europeia em Portugal e referente a dados de 1996/97 inventaria mais de 30 cursos nesta área com a frequência aproximada de 7.000 alunos.

Efectivamente a evolução registada neste sector não parece de molde a prometer perspectivas animadoras. O sector está em franco desenvolvimento, mas este factor comporta um forte concentracionismo dos grupos media e porventura uma consequente internacionalização com a inevitável racionalização gestionária do emprego de recursos humanos. Terá de haver uma reorientação da oferta e uma imaginação criativa na desmultiplicação das funcões e dos «ofícios» para aqueles que se formam em ciências da comunicação.

Quanto à investigação, é evidente que nos últimos anos se tem assistido a um notável incremento, com a apresentação de teses, a criação de associações, a realização de congressos, o incremento da edição, os contactos internacionais. Que balanço faz a este respeito?

A nova configuração do ensino e formação neste campo veio transformar a situação. Ao número crescente de licenciados corresponde o aumento de teses de licenciatura e, progressivamente, de teses de mestrado e doutoramento. Isso representa um investimento significativo na





"Todas as profissões se aprendem no «terreno», no exercício da profissão, com a aquisição anterior de uma sólida e actualizada formação intelectual, cultural e cívica, e um adestramento técnico-profissional-científico"

preparação de recursos humanos e na produção de estudo e investigação nestes domínios. Começa a haver um conjunto importante de trabalhos nesta área. Talvez quando estes vierem à luz da publicidade, a crítica de que se investiga pouco nesta área deixe de ser pertinente. É pena que a maior parte permaneça no «silêncio» das bibliotecas ou depósitos escolares.

O programa de financiamento à edição de obras na área de ciência da comunicação instituido em 1999 pelo Secretário de Estado que tutela o sector vai, com certeza, provocar uma maior divulgação. Ao pioneirismo da revista *Comunicação & Linguagens* do Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens da Universidade Nova de Lisboa veio agora juntar-se a *Comunicação e Sociedade, Cadernos do Noroeste,* do ICS da Universidade do Minho.

Por outro lado, importa registar a atenção que diversas editoras vêm ultimamente dedicando a este domínio científico com colecções específicas, tais como a Presença, a Minerva, a Editorial Notícias, a Terramar, a Bizâncio, as edições Piaget, a Celta. O financiamento à investigação por parte da Fundação para a Ciência e Tecnologia do Ministério da Ciência também tem aumentado, ainda que falte a esta área ganhar junto da comunidade científica maior credibilidade na hierarquização da importância da investigação a produzir, e portanto financiar. É de lamentar que as empresas do sector não se mostrem dispostas a investir neste domínio, nem tão pouco criem um departamento próprio, como esse caso exemplar do «Verifica Qualitativa Programmi Trasmessi», da RAI, que entre 1978 e 1999 já publicou mais de 170 estudos.

Todavia, não podemos deixar de dar tempo ao tempo. Os departamentos ou secções das respectivas instituições escolares estiveram até agora mais preocupados com a tarefa de preparar recursos humanos. Os centros de investigação específicos podem vir a ter um papel decisivo na mudança. Os encontros nesta área das ciências da comunicação realizados pela IBERCOM, LUSOCOM, SOPCOM, estão a contribuir para o romper desse «silêncio».

Sempre houve um certo distanciamento entre o mundo profissional e o mundo académico, que não se afigura positivo nem para uns nem para outros. Actualmente, há indícios de que a situação se está a alterar. Como avalia esta questão? O curso de pós-graduação levado a efeito, em parceria, pela Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa e pelo ISCTE obedece, precisamente, a uma determinação para «encurtar» este distanciamento. Não se pretende - esta tarefa cabe a outros - ensinar jornalismo. Pretende-se exactamente relacionar o mundo académico com o mundo profissional e viceversa.

Instituições como a Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM) ou o Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ), fundados em 1997, têm linhas programáticas para contribuirem para uma aproximação

"É necessário repensar e reordenar a profissão e o papel de jornalista num contexto dos profissionais dos «velhos» e dos «novos» media."

desejada. Iniciativas conjuntas com o Sindicato dos Jornalistas, com o Observatório de Imprensa, com o OBERCOM, podem muito bem quebrar barreiras. A aproximação, sem preconceitos, sem estereótipos, sem desconfianças, terá de ser de ambos os lados.

Tradicionais referências do jornalismo (nem sempre, é certo, reflectidas na prática) relativas à deontologia, ao respeito pelo público, à responsabilidade social, até mesmo à solidariedade entre os profissionais, tendem a ser substituidos, em largos sectores da classe, pelo pragmatismo, pelo sucesso a todo o custo, pela subordinação aos aspectos comerciais. Ao mesmo tempo, novos protagonistas têm cada vez maior peso, directo ou indirecto, na produção da informação – gestores, publicitários, estrategas comerciais e de marketing, técnicos de sondagens, apresentadores, animadores, comentadores, analistas, assessores, consultores, etc. Como vê a adaptação ao futuro do jornalismo e dos jornalistas?

Não é o «noblesse» que obriga. É a vida, o estado de coisas, a «mercadorização» da informação, a lei de uma forte concorrência e competição no mercado, a ameaça do desemprego que o exigem. Sem dramatismos, sem falsos moralismos, é preciso enfrentar com realismo a nova situação. No seu número 44 de 1994 a revista *Reseaux* publicava já um interessante dossier sobre este assunto.

Que fazem hoje aqueles que se formaram ou trabalham em comunicação? Fazem um pouco de tudo. Com a «sociedade da comunicação» alargou-se o espaço social das actividades comunicacionais, dos profissionais deste campo. Estabeleceu-se uma nova cartografia de funções e empregos. O mundo da informação porventura outrora confinado aos jornalistas e o reduto das instâncias produtoras de informação socialmente legitimadas alteraram o mundo da comunicação. Todas as profissões liberais estão a morrer.

È necessário repensar e reordenar a profissão e o papel de jornalista num contexto dos profissionais dos «velhos» e dos «novos» media. Alargar as hipóteses, definir os campos, as «missões», sem confundir papéis, evitando duvidosas ou reprováveis prosmicuidades. Ao fim e ao cabo, configurar o quadro para o novo mundo.

^{*}Pela impossilidade de se aceder aos diapositivos originais, as fotografias foram digitalizadas da JJ n.º 1, onde foram publicadas.



do Serviço Nacional de Saúde (SNS), a inovação em Saúde e o desenvolvimento económico e social na área da Saúde.



CATEGORIAS A CONCURSO

TRABALHOS DIFUNDIDOS EM 2016

- **IMPRENSA**
- RÁDIO
- **TELEVISÃO**
- **JORNALISMO DIGITAL**
- > PRÉMIO PARA UNIVERSITÁRIO REVELAÇÃO

ENVIO DE CANDIDATURAS ATÉ 31 DE JANEIRO DE 2017

REGULAMENTO DISPONÍVEL EM WWW.CLUBEDEJORNALISTAS.PT

INICIATIVA

apifarma

GESTÃO E ORGANIZAÇÃO

Clube de Jorna istas

o banco ue vai consigo

Qual é o banco que está onde precisa, no relógio, no telefone, no pc ou no tablet? Qual é o banco que lhe dá acesso ao Caixa Plim, uma app que facilita a partilha de despesas com amigos e permite ganhar prémios, só com um plim? Qual é o banco que está continuamente a simplificar o seu dia-a-dia?

A CAIXA. COM CERTEZA.

