JORNALISMO & JORNALISTAS

Diretora: Maria Flor Pedroso >> **JJ** é uma edição quadrimestral do Clube de Jornalistas >> n.º 80 Janeiro/Abril 2023 >> 2,50 Euros

JANELAS PARA O MUNDO

BRUNO NEVES (1937-2023), REPÓRTER DE ABRIL

BEATRIZ FREITAS

ANÁLISE

MÉDIA REGIONAIS E DESINFORMAÇÃO

ANÁLISE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E JORNALISMO
EFEMÉRIDE 40.º ANIVERSÁRIO DO I CONGRESSO **ENTREVISTA** LUÍS AFONSO
HISTÓRIAS DE JORNALISTAS A FARSA DO MINISTRO

BOLSA UNIVERSITÁRIA DE MÉRITO

apifarma

CRUP

Mais informações:

EU TENHO OPORTUNIDADE DE ESTUDAR

A Bolsa Universitária de Mérito APIFARMA apoia alunos com reconhecido mérito académico e em situação de vulnerabilidade económica.

N.º 80 JANEIRO/ABRIL 2023

Diretora Maria Flor Pedroso

Direção Editorial Eugénio Alves
Paulo Martins

Conselho Editorial Fernando Cascais
Fernando Correia
Francisco Mangas
José Carlos de Vasconcelos
Manuel Pinto

Grafismo José Souto

Secretária de Redação Palmira Oliveira

Colaboram neste número

Aline Grupillo, Ana Pinto Martinho, Beatriz Freitas, Bruno Neves, Daniel Baldaia, Eugénio Alves, Gonçalo Pereira Rosa, Fábio Ribeiro, Inácio Ludgero, Jaime Serôdio, Jorge Mangorrinha, José Carlos Pratas, Júlio Roldão, Luiz Humberto Marcos, Márcio Silva, Mário Rui Cardoso, Marta Pires, Paulo Martins, Pedro Jerónimo, Rafael Mangana e Sara Cunha

A ortografia dos artigos publicados nesta revista corresponde à opção dos respetivos autores.

Propriedade CLUBE DE JORNALISTAS
Direção: Maria Flor Pedroso (presidente); Cesário Borga e Francisco Belard (vice-presidentes); Alexandra Machado, Eva Henningsen, Patrícia Fonseca e Rui Cardoso (vogais)
NIF/NIPC: 501419462
Número de registo do título: 127899
Estatuto Editorial disponível em: www.clubedejornalistas.sapo.pt

Impressão Imprensa Nacional
Casa da Moeda, SA
Avenida de António José de Almeida
1000-042 LISBOA

A produção desta revista só se tornou possível devido aos seguintes apoios:
- Casa da Imprensa
- Imprensa Nacional Casa da Moeda
- Fundação Inatel

Dep. Legal: 146320/00
ISSN: 0874 7741
Preço: 2,50 Euros

Tiragem deste número 2.000 ex.

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

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

SUMÁRIO

6 ANÁLISE 1
MÉDIA REGIONAIS E DESINFORMAÇÃO
Com um preocupante "deserto de notícias" a alastrar pelo país, a luta contra a desinformação depende em grande parte da vitalidade do Jornalismo local e regional.
Um combate para reconstruir a confiança
Por Pedro Jerónimo
O terreno árido do Jornalismo de proximidade **Por Aline Grupillo**

14 ANÁLISE 2
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E JORNALISMO
Partimos à descoberta do que já está à vista de todos: o impacto da Inteligência Artificial no Jornalismo. Uma reflexão que (também) passa pelo ChatGPT.
Robôs, algoritmos e jornalistas
Por Ana Pinto Martinho

20 MEMÓRIA
"Clica aqui e não vais ver uma coisa extraordinária" **Por Júlio Roldão**

24 EFEMÉRIDES
40.º ANIVERSÁRIO DO I CONGRESSO DOS JORNALISTAS
O que andamos para aqui chegar
Por João Pedro Henriques
50.º ANIVERSÁRIO DA "TOURADA"
A Imprensa e a Censura no Grande Prémio TV da Canção **Por Jorge Mangorrinha**

36 HOMENAGEM
Hernâni Santos (1942-2023) **Por Gonçalo Pereira Rosa**
Bruno Neves (1937-2023) **Por Luiz Humberto Marcos**
Antero Nunes (1931-2023) **Por Luiz Humberto Marcos**
António Cartaxo (1834-2023) **Por Paulo Martins**

40 UM DIA NA REDAÇÃO
A VOZ DE TRÁS-OS-MONTES
Por Marta Pires e Sara Cunha

44 ENTREVISTA LUÍS AFONSO
"Agarro-me como uma lapa aos factos"
Por Eugénio Alves e Paulo Martins

50 JANELAS PARA O MUNDO
Bruno Neves, repórter de Abril

56 HISTÓRIAS DE JORNALISTAS
A farsa do ministro Almeida Ferreira
Por Gonçalo Pereira Rosa

JORNAL
[62] Sites
[66] Livros

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 três números que editamos por ano, bastando enviar-nos os elementos constantes do cupão junto

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

Ao longo de mais de 20 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 > 3 números: > 7,5 Euros

(INCLUI PORTES DE CORREIO)

Nome.....
Número de Contribuinte.....
Morada.....
Código postal.....Localidade.....
Contactos...../.....
Profissão (fac.).....Idade (fac.).....
Desejo assinar a **JJ** com início no nº .....
Para o respectivo pagamento: IBAN do Clube de Jornalistas **PT50 0035 0391 00011886230 46** – Caixa Geral de Depósitos >> Deve ser enviado comprovativo de pagamento para **cj@clubedejornalistas.pt**
Data..... Assinatura.....

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

Uma edição do
Clube de Jornalistas

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

Site do CJ
www.clubedejornalistas.pt

4ª edição

IN3+ PRÉMIO INCM

+ INOVAÇÃO
+ CONHECIMENTO
+ FUTURO
UM MILHÃO PARA A INOVAÇÃO

NANOTECNOLOGIA | SISTEMAS AVANÇADOS DE INFORMAÇÃO | ROBÓTICA

AUTOMAÇÃO | TECNOLOGIA DE PRODUÇÃO E MATERIAIS AVANÇADOS

A **INCM** apresenta a **4ª Edição do Prémio IN3+**, o maior prémio de inovação em Portugal.

Dedicado a todos os investigadores, centros de investigação, universidades, empresas, empreendedores e start-ups que integram a Rede de Inovação INCM, este prémio desafia à construção de um **futuro** cada vez mais **inovador**, **sustentável** e **digital**.

Consulte toda a informação e regulamento.
Apresente a sua candidatura em **premioin3mais.pt**

Siga-nos

premioin3mais.pt

INCM 50 IMPRENSA NACIONAL CASA DA MOEDA ANOS DA FUSÃO

INCM LAB

PARPÚBLICA PARTICIPAÇÕES PÚBLICAS (SGPS) S.A.

UM COMBATE PARA RECONSTRUIR A CONFIANÇA

É um problema que tem suscitado preocupação e investigação nos últimos anos. A eleição de Trump como presidente dos EUA, em 2016, é apontada como momento em que se acentuou. Falamos da desinformação, sobre a qual ainda pouco se sabe acerca das dinâmicas e impactos que tem nos territórios e comunidades mais pequenos.

Pedro Jerónimo Texto **Beatriz Freitas** Ilustrações

"*You are fake news!*" EUA, 11 de janeiro de 2017. Primeira conferência de imprensa de Donald Trump, que acabara de ser eleito presidente. Jim Acosta, jornalista da CNN, era então o visado. Porém, muitos outros/as se lhe seguiram. Eram os primeiros sinais de uma relação tensa que Trump viria a ter com os média e os/as jornalistas, a quem recorrentemente apelidava de "notícias falsas". Antes disso, houve um processo eleitoral marcado por campanhas de propaganda e direcionadas, recorrendo a tecnologia. O *modus operandi* repetir-se-ia no Reino Unido, com o *Brexit*, e no Brasil, com a eleição de Jair Bolsonaro para a Presidência do país.

A desinformação tem sido considerada uma prioridade crescente por alguns governos e organizações internacionais, devido à sua relevância geoestratégica e à importância para a soberania e segurança nacionais. A interferência eleitoral a um nível internacional, através de novas ferramentas e métodos de manipulação da opinião pública, levou alguns estados a criarem agências e regulamentações destinadas a coibir a desinformação. As Nações Unidas e a União Europeia têm tentado desenvolver estratégias para responder a esta ameaça crescente. "Para se entender quais são as campanhas de desinformação, é preciso ter uma dimensão transnacional para detetar perigos que vêm de outros lugares e, ao mesmo tempo, alertar outros países sobre situações que estão a ocorrer e que podem chegar a outras latitudes", destacou Ramón Salaverría, professor de Jornalismo na Universidade de Navarra, Espanha, e responsável pelo projeto IBERIFIER, na recente apresentação do mapa ibérico de meios digitais (disponível em www.map.iberifier.eu).

Os malefícios da desinformação ficaram especialmente evidentes após a chegada da pandemia de Covid-19, em 2020. Apesar dos esforços governamentais para implantar uma política de comunicação adequada no contexto de uma grave crise de saúde, ocorria paralelamente uma epidemia informacional, com a proliferação de todos os tipos de notícias imprecisas e falsas. "Infodemia", assim lhe chamou a Organização Mundial de Saúde.

A pandemia veio acelerar o declínio dos média regionais, já desafiados pela transformação digital e pelo seu modelo de negócio, assente nas plataformas. Nos EUA, por exemplo, entre abril e maio de 2020, mais de três dezenas de jornais regionais fecharam ou se agregaram, enquanto outros abandonaram a edição impressa. Os números são avançados por um estudo conduzido por David Ardia, que apontou ainda para milhares de jornalistas que entraram em *lay-off* ou foram despedidos.

A pandemia veio acelerar o declínio dos média regionais, já desafiados pela transformação digital e pelo seu modelo de negócio, assente nas plataformas

Em Portugal, o Sindicato dos Jornalistas (2020) alertava para o agravamento da situação da impren-

sa regional. Muitos jornais suspenderam a publicação durante a pandemia, sendo que maioria deles já vivia, há muitos anos, "no fio da navalha". O mesmo acontece noutras geografias, como o Brasil. Devido a uma certa passividade em repensar a sustentabilidade da imprensa regional na última década, com o consequente encerramento de muitos jornais, há quem fale num processo de "silenciamento do público local" (Fernandes et al., 2021). Ainda assim, importa notar que a confiança nos média regionais é maior do que nos média nacionais em vários países, como Portugal ou Reino Unido.

A luta contra a desinformação depende em grande parte da vitalidade do Jornalismo local. Em comunidades pequenas, os jornalistas locais costumam ser os únicos jornalistas que os cidadãos encontram nas ruas

PROXIMIDADE CONSTRÓI CONFIANÇA

Embora a origem e o olhar sobre a desinformação tenham sido à escala nacional e sobretudo internacional, os efeitos da desinformação e das *fake news* começam a fazer-se sentir sobretudo a nível local. "A falta de investigação jornalística sobre questões que tocam incisivamente o quotidiano tem um impacto imediato nas economias municipais e no psiquismo do cidadão", revela um estudo liderado por José Carlos Fernandes, na Universidade Federal do Paraná, Brasil.

A luta contra a desinformação depende em grande parte da vitalidade do Jornalismo local. Em comunidades pequenas, os jornalistas locais costumam ser os únicos jornalistas que os cidadãos encontram nas ruas, nas cidades. É da relação entre os dois, numa maior proximidade, que se constrói a confiança, num princípio de boa vizinhança. "É mais difícil acreditar que tudo é 'notícia falsa' quando o jornalista que você encontra na noite de volta das aulas, no treino de futebol de seu filho ou no café local não é apenas o seu vizinho, mas alguém que também relata assuntos importantes, histórias locais que você sabe que são verdadeiras", aponta Damian Radcliffe, professor de Jornalismo na Universidade de Oregon, EUA.

Alguns exemplos que encontramos nos média regionais podem ser considerados para reforçar a questão da boa vizinhança. É o caso da rubrica "Há uma região que nos une", do *Região de Leiria*. Este jornal regional publica, semanalmente, entrevistas a cidadãos estrangeiros que chegaram à cidade ou ao distrito de Leiria, para trabalhar e viver. O mesmo espaço também é dedicado aos/às cidadãos/ãs portugueses/as residentes no estrangeiro. Este tipo de iniciativa ajuda as comunidades locais a conhecer e a integrar "o outro" (que vem de outro país, de outra cultura, etc.). Desejar, diariamente, um feliz aniversário a pessoas que por motivos geográficos ou afetivos estão ligados à cidade e ao distrito de Santarém, é outro exemplo de boa vizinhança, seguido por *O Mirante*, na sua edição online. Estas questões são particularmente relevantes num momento em que o mundo assiste a um conflito entre a Rússia e a Ucrânia, que levou a uma escalada de propaganda e desinformação.

Os direitos humanos, a emigração e os refugiados estão cada vez mais nos noticiários. São temas já estudados, inclusivamente envolvendo os média regionais portugueses (Carvalheiro, Morais & Ramos, 2021; Melo & Sá, 2021). Se, por um lado, se reconhece que tais meios não ignoram este tipo de temáticas, por outro sublinha-se que a voz que emerge é mais coletiva (institucional) do que individual (pessoas ou histórias humanas).

Trata-se de algo que pode levar-nos a questionar até que ponto o Jornalismo de proximidade é exercido na verdadeira aceção do conceito, isto é, junto das pessoas. Se é verdade que existem evidências de que por vezes não se concretiza (Jerónimo, 2015), também se reconhece que os média regionais têm aí uma oportunidade, sobretudo tendo em conta o património de confiança que detêm

junto das populações e o potencial de colaboração (Jenkins & Graves, 2019; Jenkins & Jerónimo, 2021).

UM VAZIO DE INFORMAÇÃO

Isso é corroborado por um estudo desenvolvido no International Press Institute, no qual participaram jornalistas, editores, gestores de média e empresários, envolvidos na transição dos média regionais para o ambiente digital, em países como Ucrânia, Índia, Zimbábue, Perú, África do Sul, México, Venezuela, Paraguai, Quirguistão, Israel, Palestina, Hungria, Jordânia, Paquistão, Argentina e Guatemala. Esses média regionais trabalham para alcançar um relacionamento especial entre jornalistas e audiências, para gerar confiança e construir um vínculo emocional de "estar do mesmo lado", sublinha Jacqui Park, responsável pelo estudo. A sustentabilidade dos média regionais exige uma demonstração contínua do seu valor para as comunidades que servem. Adicionalmente, o combate à desinformação pode ser uma forma de reforçar o seu papel. Nesse combate, os média regionais podem ser particularmente relevantes. O referido estudo deixa recomendações nesse sentido: praticar o Jornalismo com visão e sentido de missão, focar nas necessidades da comunidade, criar uma rede global que apoie os desafios dos média regionais, alavancar a relação de confiança local para reconstruir a confiança nos meios e liderar a luta contra a desinformação.

Um fator sempre crítico nos média regionais é o reduzido número ou a escassez de recursos. Assim, se o escrutínio dos poderes é um desafio permanente, mesmo quando há um jornal, uma rádio, uma televisão ou um meio digital, que assumem a cobertura jornalística de determinado território, o que dizer quando esse mesmo território está num vazio de informação ou se encontra naquilo que se tem conhecido como "desertos de notícias"? [mais informação nas páginas seguintes].

Num cenário de crescente circulação de conteúdos online, o potencial de gestão dos jornalistas é o mesmo, quer trabalhem para meios de âmbito regional ou nacional. Como fazer? A participação da comunidade local pode ser um caminho a seguir, para ajudar a combater a desinformação nessa escala. "No vácuo deixado pelo desaparecimento das fontes locais de notícias, os utilizadores dependem cada vez mais de fontes de informação que são incompletas e, de facto, podem ser enganosas", sublinha David Ardia, referindo-se ao lugar privilegiado para a disseminação de desinformação: as redes sociais online.

As plataformas adquiriram uma posição dominante neste mercado, posicionando-se como intermediárias entre produtores e consumidores de informação, recolhendo uma grande quantidade de dados dos utilizadores, tornando-se mediadores essenciais no mercado publicitário. Além disso, para a divulgação de informações, as plataformas utilizam algoritmos que oferecem notícias com base no tipo de público, procurando captar leitores por meio de apelos emocionais. Isso resulta no mesmo tipo de informação para os utiliza-

A sustentabilidade dos média regionais exige uma demonstração contínua do seu valor para as comunidades que servem

dores, gerando bolhas nas quais os diferentes pontos de vista não entram, levando, assim, à polarização.

Pensando a um nível mais local, Andreas Hepp e Wiebke Loosen propõem a Molo.news, uma plataforma experimental e relacional para o Jornalismo de proximidade. Embora ela não tenha sido concebida com o objetivo de combater a desinformação, poderia ser explorada para esse fim. "Esses espaços de relacionalidade nas diferentes configurações de uma cidade abrem a perspetiva de o Jornalismo se reposicionar em relação a outras vozes locais e não simplesmente se igualar a elas", defendem. Nesse sentido, uma forma de tornar o processo de verificação de factos (*fact-checking*) mais eficaz e, assim, ajudar a combater a desinformação, poderia ser a colaboração entre jornalistas dos média regionais, produtores de conteúdos para outros meios de comunicação e demais cidadãos. JJ

Referências bibliográficas

- Ardia, D., Ringel, E., Ekstrand, V.S. & Fox, A. (2020). *Addressing the Decline of Local News, Rise of Platforms, and Spread of Mis-and Disinformation Online*. University of North Carolina at Chapel Hill, USA.
- Carvalheiro, J.R., Morais, R. & Ramos, G. (2021). Imprensa regional, meios digitais e a (nova) diáspora. OBS*, 15, 89-109.
- Fernandes, J.C., Del Vecchio-Lima, M.R., Nunes, A.F. & Sabatke, T.S. (2021, 28 de agosto). Jornalismo para Investigar a Desinformação em Instância Local. In Atas do *VIII Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo*, Brasil.
- Jenkins, J. & Graves, L. (2019). *Case Studies in Collaborative Local Journalism. Reuters Institute for the Study of Journalism*. Oxford, UK.
- Jenkins, J. & Jerónimo, P. (2021). Changing the Beat? Local Online Newsmaking in Finland, France, Germany, Portugal, and the U.K. *Journalism Practice*, 15, 9, 1222-1239.
- Jerónimo, P. (2015). *Ciberjornalismo de proximidade: redações, jornalistas e notícias online. LabCom.IFP*.
- Melo, A. & Sá, S. (2021). Jornalismo de direitos humanos em contexto de jornalismo de proximidade: O caso do jornal Diário de Coimbra. *Estudos de Jornalismo*, 13, 52-78.
- Park, J. (2021). *Local Media Survival Guide 2022: How Journalism is Innovating to Find Sustainable Ways to Serve Local Communities around the World and Fight Against Misinformation*. International Press Institute, Viena, *Áustria.Radcliffe*, D. (2018, 27 de novembro). How Local Journalism can Upend the 'Fake News' Narrative.
- *The Conversation*.
- Sindicato dos Jornalistas (2020, 5 de abril). SJ considera urgente apoiar o Jornalismo regional. *Jornalistas.eu*.

Nota: Este texto parte de um debate intitulado "*Disinformation at a Local Level: An Emerging Discussion*", da autoria de Pedro Jerónimo e Marta Sánchez Esparza, disponível na revista científica *Publications*, com data de 25 de março de 2022.

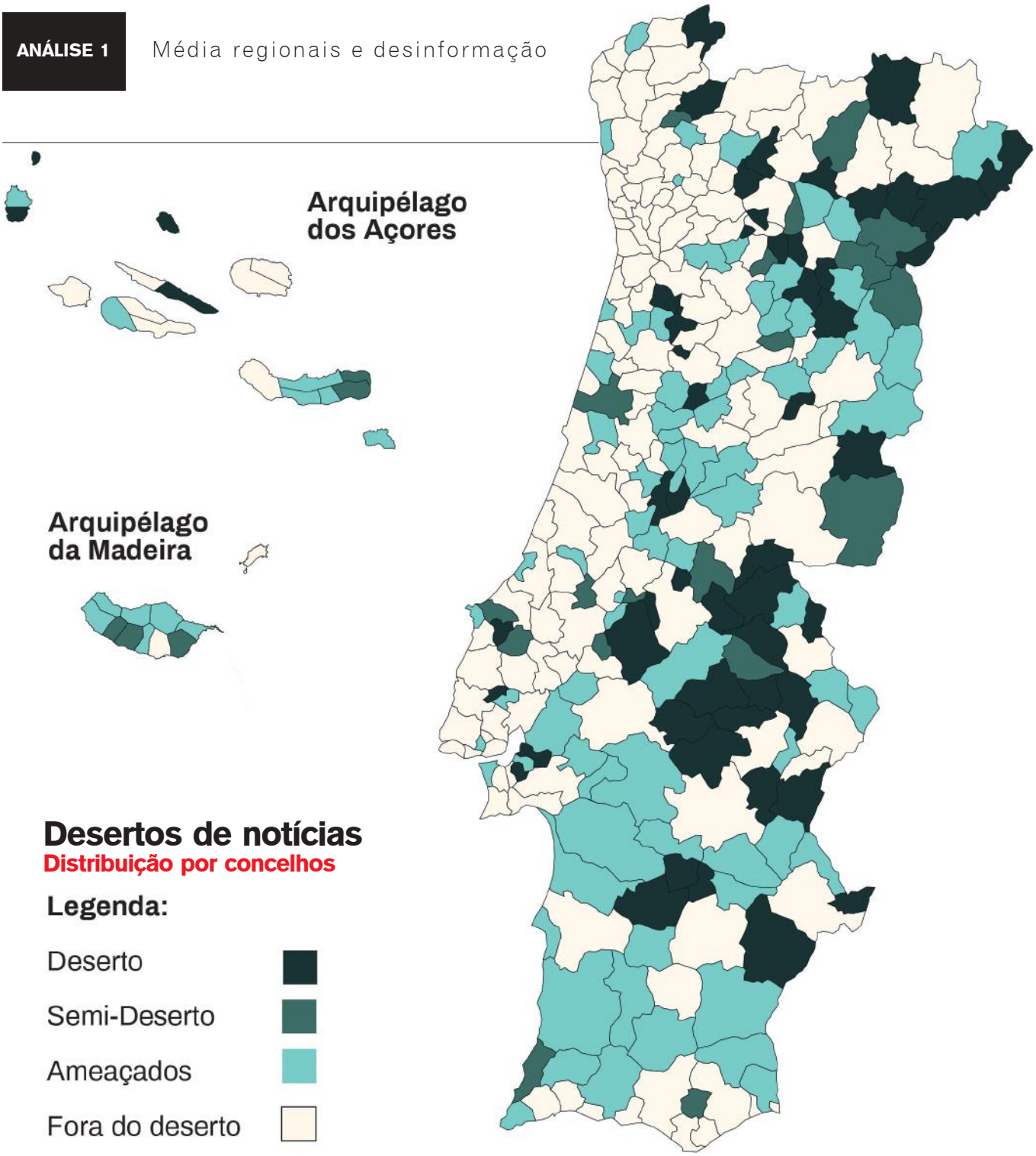
JORNALISTAS DISSEMINADORES DE DESINFORMAÇÃO?

A esmagadora maioria dos/das jornalistas que trabalha no país acredita que a desinformação é um problema relevante no contexto português. Não obstante, quase 70% discordam da ideia de que a legislação é adequada e uma percentagem semelhante de respondentes não considera que as soluções de autorregulação jornalística, profissionais e/ou setoriais, sejam adequadas para responder aos problemas da desinformação.

Estes são alguns dos resultados de um inquérito nacional, ao qual responderam 485 jornalistas e que acaba de dar origem à obra "Desinformação, transparência e confiança: Perceções das/dos jornalistas em Portugal", publicada pela editora Livros LabCom, da Universidade da Beira Interior.

Quando questionados/das sobre quem são os principais disseminadores de desinformação, os/as jornalistas apontam para atores e instituições do poder político e do domínio político, assim como os cidadãos e as audiências. Mais de metade acredita mesmo que eles têm um peso alto ou muito alto neste fenómeno.

Igualmente significativa é a percentagem de respostas que incide sobre a própria classe: mais de 40% das/dos respondentes atribui um peso moderado, alto ou muito alto aos/às jornalistas na disseminação de desinformação. Esse valor sobe para mais de 60% quando a opção são os meios de comunicação social, de forma geral. Ao mesmo tempo, e de forma paradoxal, uma quantidade semelhante de jornalistas refere que o meio para o qual trabalha não tem qualquer peso ou assume um peso baixo ou muito baixo na difusão de desinformação.



DESIGN DO MAPA: BEATRIZ BOTELHO E DANIEL BALDAIA

OS "DESERTOS DE NOTÍCIAS" EM PORTUGAL

"Desertos de Notícias Europa 2022: Relatório de Portugal" é o título do estudo da autoria de Pedro Jerónimo, Giovanni Ramos e Luísa Torre, desenvolvido no âmbito do MediaTrust.Lab, projeto sobre média regionais e desinformação, em curso no LabCom, unidade de investigação da Universidade da Beira Interior. Contrariamente a outros estudos, nomeadamente desenvolvidos nos EUA e no Brasil, o português considera não apenas os jornais, mas também as rádios e os meios digitais com produção jornalística. Também difere no tipo de classificação: deserto (concelho sem qualquer órgão de comunicação), semi-deserto (com órgão, mas periodicidade menos frequente), ameaçado (apenas com um órgão) e fora do deserto (com pelo menos dois órgãos). Entre as principais conclusões, destaca-se que mais de metade dos 308 concelhos é ou está na iminência de vir a tornar-se deserto de notícias; mais de um quarto dos concelhos está em algum tipo de deserto de notícias, ou seja, não tem cobertura noticiosa satisfatória ou frequente; as regiões Norte, Centro e Alentejo concentram mais de 80% dos desertos e semi-desertos de notícias em Portugal; a falta de produção local de notícias afeta mais os concelhos do interior. O estudo encontra-se disponível, em acesso aberto, no site www.mediatrust.ubi.pt.

O TERRENO ÁRIDO DO JORNALISMO DE PROXIMIDADE

Um quarto dos concelhos portugueses está classificado como "deserto de notícias" e mais de metade dos 308 atinge algum nível de risco. Dados que podemos encontrar em "Desertos de Notícias Europa 2022: Relatório de Portugal", um estudo pioneiro desenvolvido no MediaTrust.Lab, projeto em curso no LabCom (Universidade da Beira Interior). A pesquisa, desenvolvida por três investigadores, envolveu 592 meios impressos e digitais, bem como 250 rádios.

Aline Grupillo

De onde surgiu a ideia de mapear os concelhos de Portugal sem a presença de meios de comunicação?

Giovanni Ramos: Foi para minha tese de doutoramento. Eu estava fazendo um estudo sobre Jornalismo regional em Portugal, sobre a importância de ter o cooperativismo, a cooperação, a colaboração como alternativa de modelo de negócio e nesses estudos descobri o fenómeno do deserto de notícias que têm os Estados Unidos e o Brasil. Eu queria pegar os dados de Portugal para colocar na minha tese. Como não existiam, resolvi fazer. Quando comecei, não tinha o plano de chegar onde a gente chegou.

Falem-nos um pouco sobre esse trabalho, tempo e recursos envolvidos, metodologia…

Pedro Jerónimo: O estudo desenvolveu-se ao longo de três meses, de junho a agosto de 2022, sensivelmente. Envolveu três pessoas, mas mais centrado em duas. O ponto de partida foi a base de dados da ERC [Entidade Reguladora para a Comunicação Social]. Teve de ser feita uma triagem, porque estão lá órgãos de comunicação social, sites de desinformação… Teve de se limpar tudo, o que é nacional, o que é regional. Foi necessário apurar sobretudo o setor da rádio, que suscitou mais trabalho. Implicou dezenas de telefonemas e algumas horas a ouvir rádios locais, porque surgia a dúvida sobre se determinada rádio, sobretudo naquele período que estávamos a analisar, tinha bloco informativo e jornalistas. Algumas conseguimos apurar, outras não. Teve de ser por contacto telefónico.

Em que momento esse estudo transita de uma tese de doutoramento para um projeto de investigação?

GR: Quando eu apresentei esses números, o Pedro Jerónimo fazia parte do projeto Re/media.Lab, que antecedeu o MediaTrust.Lab. O Pedro e o coordenador responsável pelo Re/media.Lab, o professor João Carlos Correia, entenderam que esses dados seriam importantes para o projeto. Entretanto, em 2021, eles me convidaram para tornar os dados mais visuais e colocá-los na entrada do anfiteatro da UBI [Universidade da Beira Interior] que acolheu o I Encontro Nacional de Jornalistas de Meios Regionais. Isso chamou a atenção da Associação Portuguesa de Imprensa (API), que começou a divulgar. Ela teve um papel muito importante, porque começou a levar esses dados para os seus eventos e a divulgar muito o trabalho inicial, que tinha uma metodologia mais simples. Era um relatório muito menor. Com o fim do Re/media.Lab, levámos o estudo para dentro do MediaTrust.Lab.

Então, através do projeto vocês conseguem fazer uma radiografia mais profunda dos "desertos de notícias" no país?

GR: A partir daí, o estudo vai ter novos critérios, novas metodologias, mais classificações. Entra, por exemplo, o semideserto, que não existia inicialmente. Era um estudo superficial, a partir dos dados da ERC. Com a equipa do MediaTrust.Lab, a gente aprofunda o trabalho.

É possível comparar este estudo com os que já existem nos Estados Unidos e no Brasil?

PJ: Ao acompanhar o que se passava nos Estados Unidos e no Brasil, achámos que seria interessante saber o que se passava em Portugal. O que difere este trabalho do que está a ser feito noutros países é precisamente a questão da classificação. Nós introduzimos outras "camadas", como esta dos semidesertos. Em Portugal, são concelhos que consideramos que não têm uma cobertura satisfatória, nomeadamente, por exemplo, jornais que se publicam uma vez por mês.

Gostaria de retomar um tema relativamente abordado. Que dificuldades encontraram, para fazer este levantamento?

Luísa Torre: Quando fomos delimitar os critérios e definir o que seria deserto ou semideserto, foi um pouco baseado nas dificuldades que a gente encontrou. Mais do que verificar

onde tinha meio, onde não tinha, o que estava declarado à ERC, nós verificámos se esses meios realmente existiam, se estavam atualizados, se tinham estatuto editorial, se tinham jornalistas. O primeiro nível de análise foi procurar os sites. Muitos, a gente encontrou, atualizado, o estatuto editorial, mas muitos não tinham site, não estava atualizado, não dizia nada. As dificuldades que a gente encontrou foram muito mais na parte das rádios. Muitos sites não existiam, outros não tinham informação.

Como conseguiram resolver esse problema?

LT: Aí, pedimos ajuda à ARIC [Associação das Rádios de Inspiração Cristã]. Como eles têm associados, mandámos uma lista de rádios que não tínhamos encontrado site. De algumas, eles forneceram as informações. Sobrou uma outra lista e a gente procurou ouvir, para saber se tinha noticiário. Por fim, começámos a fazer contactos telefónicos com as redações. Algumas situações ficaram muito nebulosas. Vamos dar o exemplo dos Açores. Uma empresa é dona de rádios em ilhas diferentes e um jornalista faz a cobertura para todas essas rádios. Só que elas estão em ilhas diferentes. Nem se eles quisessem conseguiriam fazer a cobertura, porque não existe transporte fácil entre as ilhas. Esse é um dos casos. Podemos dar outro exemplo, de uma rádio que tem licenciamento para duas cidades, Vila Real e Bragança, mas a redação está na Maia, no distrito do Porto. É uma deslocação que iria levar umas três horas para chegar e a gente percebe, no site, que não há aquela cobertura sistemática. Essas nuances acabaram influenciando a classificação existente no nosso estudo. A partir desses casos específicos, criamos critérios, linhas de corte. As cidades em que é notória a existência de meios de comunicação não entraram em questão. Por exemplo, numa cidade que tem cinco meios, se quatro funcionam bem e um tem alguns problemas, a gente não entrou nesta questão. A gente se concentrou nas cidades onde não tem meio ou o único meio existente tem problema.

Como é que o MediaTrust.Lab tem trabalhado a divulgação desses dados? O que fazer com eles agora?

PJ: Primeiramente, o estudo suscitou interesse junto da API e, rapidamente, o conceito de "desertos de notícias" entrou na agenda. Não só das associações, mas dos média e, inclusivamente, dos partidos políticos. Notícias começaram a surgir, políticos começaram a falar, inclusivamente até na Assembleia da República. Nós sabíamos que estávamos a fazer isto pela primeira vez em Portugal, mas não sabíamos que era também a primeira na Europa. Soubemos pelo Aveiro Media Competence Center. Daí, nós termos decidido publicar o relatório também em inglês. Que contributo é que este trabalho traz? Em primeiro lugar, nós não estamos a dizer com este trabalho que os concelhos que são "desertos" estão a ser invisíveis à cultura jornalística. Não é isso! Estamos a sinalizar que não existem meios locais ou regionais nestes territórios. Porque, como o estudo nos aponta, um quarto dos concelhos portugueses são completamente "desertos" e cerca de 54% deles estão entre o "ameaçado" e o "deserto de notícias". Importa sinalizar isto,

MÁRCIO SILVA

Giovanni Ramos, Luísa Torre e Pedro Jerónimo

até para que se invista numa investigação mais aprofundada e, do ponto de vista governativo, se possa agir. Queremos saber, por exemplo, como é que as pessoas que estão naqueles territórios se informam. Se não têm meios que falem sobre a sua cidade, sobre a sua comunidade, sobre a sua realidade, elas informam-se como sobre essa mesma realidade? Ou seja, este estudo acaba por desencadear outros. Posso adiantar que o nosso estudo já está a ser um ponto de partida para o consórcio que está a fazer o estudo a nível europeu. E a Comissão Europeia está interessada! Porquê? Porque pode haver uma relação entre a ausência de meios e o crescimento de realidades populistas, do discurso de ódio e da desinformação.

Porque Portugal, sendo um país territorialmente pequeno, que ofereceria boas condições para o Jornalismo de proximidade, enfrenta esse problema diagnosticado no estudo?

GR: Portugal, se comparado com o Brasil, Estados Unidos – e acho que com a Argentina e Colômbia, que já tem também esse estudo – não está tão mal assim. Esse é um ponto importante, porque Portugal tem uma tradição de imprensa de proximidade forte. É um país que, no passado, já foi uma referência em quantidade de jornais regionais em papel. O que está acontecendo, que este estudo aponta, é: há uma crise, principalmente no financiamento, nos modelos de negócio da imprensa de proximidade e que afeta principalmente essas pequenas comunidades. São lugares que já têm um problema de deserto económico-habitacional e, em alguns casos, climático também. Em Portugal, ainda que as cidades que não têm nenhum meio sejam poucas, elas estão aumentando. Nós temos um problema crescente, consequente da crise. Esse é o ponto mais importante. Nós estamos apontando aqui um problema em crescimento, devido à crise de Jornalismo de proximidade. Se nada for feito, vai aumentar.

Em que medida o conceito de "desertos de notícias" deixa de lado iniciativas cidadãs não-jornalísticas, que nascem

RAFAEL MANGANA

RAFAEL MANGANA

nos territórios sem meios tradicionais, mas que podem cumprir um papel de interesse jornalístico?

PJ: Este conceito está muito ancorado à questão geográfica, cidade e concelhos que têm ou não têm meios. Mas será que não podemos considerar "desertos de notícias" algum tema que esteja ausente? É que até podem existir meios, mas determinado tema não estar a ser coberto. Podem existir meios, mas determinado público não estar a ser atendido. Pensamos que o conceito pode ir muito além do pensado inicialmente. Esta questão surgiu em conversa com o professor Ramón Salaverría, que coordena o IBERIFIER, um projeto europeu que investiga a desinformação na Península Ibérica. Este conceito vai muito para além da questão geográfica. Há sinais que levam a questionar aquilo que é uma discussão que nós temos tido no LabCom, na UBI, relacionada com a autoridade jornalística. Há realidades em que os cidadãos se organizam para responder a uma necessidade informativa de determinada comunidade, onde já não existem meios, onde já não há jornalistas. Mesmo em Portugal, temos exemplos de jornais locais que são feitos por pessoas que não têm nada a ver com Jornalismo. Simplesmente querem alimentar um meio de comunicação que ajude aquela freguesia, aquele lugar, aquele bairro. E as pessoas têm cada vez mais ferramentas para o fazer. Isto é claramente um desafio para o Jornalismo e para os jornalistas.

GR: Recebemos essa mesma pergunta numa pós-conferência ECREA [Associação Europeia de Investigação em Educação e Comunicação], no ano passado, por pesquisadores de outras regiões da Europa. A pergunta era se a gente considerava apenas os *legacy media*. Vamos ter de rediscutir o que é Jornalismo regional e o que é Jornalismo em várias situações porque, para muitos lugares, o modelo tradicional é completamente inviável nos dias de hoje. Quando a gente fala dos problemas do "deserto de notícias", também são problemas diferentes. Nós temos o caso do concelho de Freixo de Espada à Cinta, na fronteira com a Espanha, em que não dá para colocar um jornal nos métodos que a gente sempre pensou. Vai ter de ser uma coisa diferente, pois as razões são principalmente populacionais. Outra coisa é Almada, ao lado de Lisboa, com 180 mil habitantes e que tem apenas um jornal digital, tocado por apenas uma pessoa. Aí, a origem do problema é outra e a solução provavelmente vai ser outra.

O Jornalismo colaborativo pode ser um caminho para diminuir ou mitigar o problema dos "desertos de notícias"?

PJ: Pode. É curiosamente algo de que já se fala há alguns anos. A colaboração não só a nível jornalístico, mas editorial. Atendendo a que somos um país pequeno, vendo a quantidade de meios que temos para a dimensão do país e da população, então uma das coisas que poderia funcionar seria não só a colaboração do ponto de vista editorial, como também comercial. Atendendo a que o modelo de negócio ainda é muito assente na publicidade, poderiam existir centrais para, por exemplo, compra de papel e venda de publicidade. Andamos há anos a falar nisso, mas meios da mesma realidade não se conseguem entender para estabelecer essa mesma rede. Permitiria que o custo do papel fosse menor, se fosse comprado em quantidade, para distribuir por algumas dezenas de jornais. O mesmo em relação à publicidade, que permitiria outra capacidade negocial. Uma coisa é dizer que se tem uma tiragem de 20 mil exemplares, outra que ela é de milhões, se considerarmos um conjunto de jornais.

Quais são as implicações que essa colaboração pode trazer para a vida prática e até financeira do jornalista? Ele vai trabalhar para dois meios, mas só recebe ordenado de um? Como gerir a colaboração desse ponto de vista?

PJ: Ele escreve para um jornal e esse jornal passa para o outro. Não é um aumento de produção, pelo contrário. A intenção é até reduzir a carga de trabalho e, sobretudo, partilhar conteúdo.

Então, dois jornais diferentes dão a mesma peça. Como fica a noção de novidade? A concorrência entre meios "morre" nesse esquema colaborativo?

GR: Falamos de colaboração entre competidores. O grande adversário dos jornais regionais não é o concorrente, ou seja, aquilo que coloca em causa a sua existência. Estamos falando em partilha de conteúdos, em elaboração de conteúdos especiais, em reportagens colaborativas que podem apresentar um produto com maior qualidade. Estamos falando de campanhas de publicidade coletivas em que uma região consegue atrair, por exemplo, um anunciante nacional. Você consegue baixar custos e captar mais receitas com projetos colaborativos. Há bons exemplos. O jornalista não vai ter de escrever para dois jornais e ganhar um salário. Não. Ele escreve para o seu, mas os jornais conseguem trocar notícias entre si, aumentar o seu volume. Quem mora em Castelo Branco vai ler o jornal de Castelo Branco, mas, às vezes, também quer saber o que que acontece numa cidade vizinha como a Covilhã. A questão da identidade regional também deve ser trabalhada.

ROBÔS, ALGORITMOS E JORNALISTAS

Ana Pinto Martinho

Quando falamos de Inteligência Artificial (IA), há um antes e um depois de novembro de 2022, o mês em que foi disponibilizada a versão beta do ChatGPT3. Este modelo de IA que é um *bot* de conversação, ou seja, responde a questões que lhe são postas, veio tornar visível e acessível algo que já era trabalhado e usado em vários contextos há alguns anos.

Com o lançamento oficial desta ferramenta, a empresa norte-americana OpenAI chegou aos destaques da comunicação social, das redes sociais e afins, um pouco por todo o mundo, e trouxe a debate para a praça pública as questões que a IA levanta em vários setores. Por exemplo, quais as suas repercussões na academia, no Jornalismo, na produção de conteúdos digitais e em tantas outras áreas. Mas esta é apenas a ponta do iceberg que já é a Inteligência Artificial. Numa altura em que já se sabe que a versão 4 chegará em breve e promete ser multimodal, ou seja, que para além do texto também poderá interpretar e gerar imagens, vídeo e música.

Embora ainda não sejam usadas massivamente ferramentas de IA criadas especificamente para o trabalho jornalístico, muitos jornalistas já as usam no seu dia-a-dia para melhor fazerem o seu trabalho. Assim como a IA já está presente em muito do que fazemos diariamente enquanto cidadãos, o Jornalismo, bem como outros setores, não foge à regra no que respeita a sua utilização.

Vários estudos e relatórios revelam que os principais usos da IA no Jornalismo compreendem reportar, produzir e distribuir informação. No entanto, e apesar de ela ser mencionada muitas vezes por jornalistas e gestores de empresas de média como algo extremamente importante num futuro próximo, o seu uso ainda é bastante limitado em grande número de redações.

Entre os pontos mais discutidos sobre a IA, destacam-se a substituição do trabalho humano pelas máquinas, os possíveis vieses dos algoritmos, questões relacionadas com os direitos de autor, transparência dos processos, identificação dos conteúdos produzidos por máquinas, mudanças nos processos de trabalho e até no consumo. No Jornalismo, como veremos mais adiante, muitas destas questões são prementes, quando falamos do uso da IA.

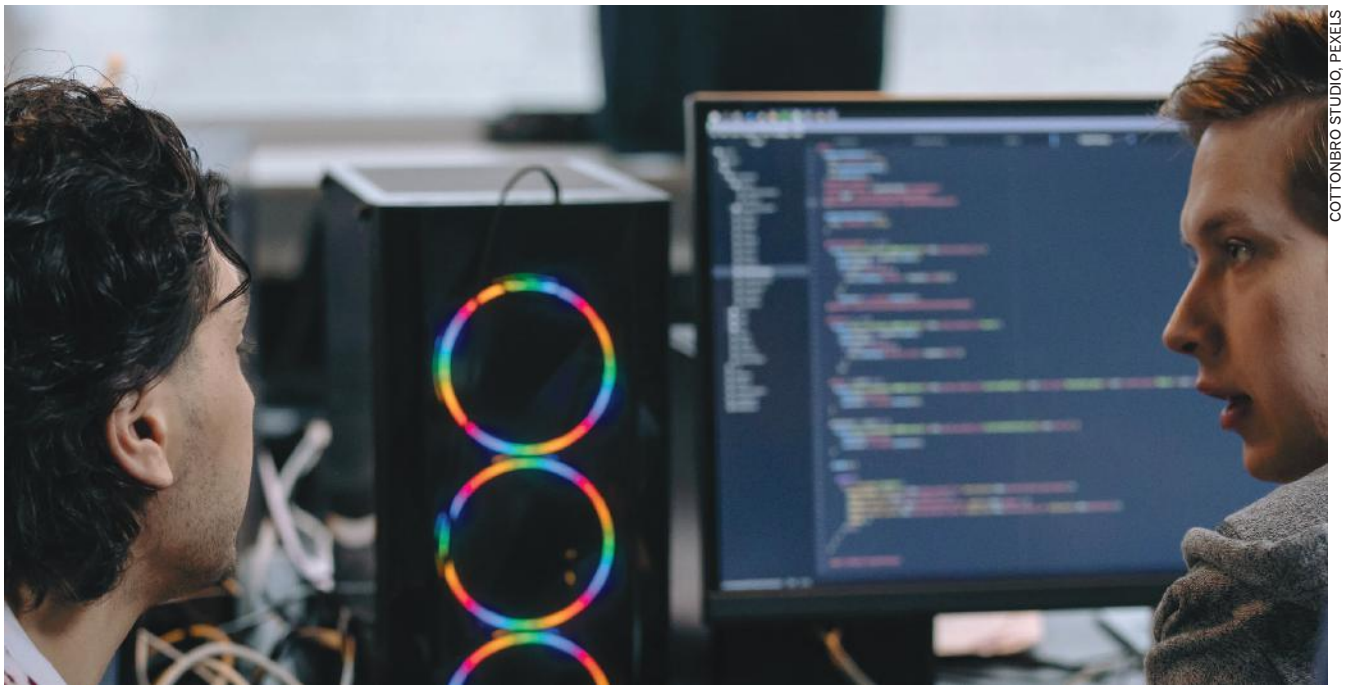
Importa ainda salientar que o relacionamento do Jornalismo com a IA se pode fazer em dois campos distintos, como é apontado no relatório "IA para periodistas - Uma Herramienta por explotar", levado a cabo pela Prodigioso Volcán para a Fundação Gabo e lançado em fevereiro deste ano: como mais uma ferramenta de trabalho diário que pode ajudar a otimizar no reporte de temas de cariz jornalístico, na sua produção, na distribuição e na monetização dos trabalhos jornalísticos; e como um tema a cobrir, de forma a promover o debate sobre uma área que tantos desafios traz e para a qual se denota a falta de literacia, a nível geral, nas sociedades. Neste artigo, o foco é na primeira.

DE QUE FALAMOS

A IA está presente no nosso dia-a-dia, mas digamos que é bastante discreta. Ela está praticamente em tudo o que fazemos na internet, desde o uso de motores de pesquisa como o Google ao uso das redes sociais, passando pela interação com dispositivos ativados por voz, o uso de *apps* como o Waze ou o Google Maps, e até mesmo os algoritmos usados pelos serviços de e-mail para identificarem mensagens de *spam*, entre muitos outros. Além disso, o uso de IA já é quase transversal a todos os setores, passando pelo setor financeiro, de vendas, recursos humanos, produtivo, agricultura, etc.

Então, se pensarmos no que é o trabalho jornalístico na atualidade, veremos que já são usadas bastantes ferramentas baseadas em IA na prática jornalística. No entanto, a maior parte delas é fornecida por terceiros, normalmente grandes plataformas como a Google e a Meta. Ou seja, são ainda poucas as empresas de média a trabalhar, experimentar e produzir ferramentas deste género, à sua medida.

Inteligência Artificial é um termo muito abrangente, mas de uma forma muito simples podemos defini-la como sis-



COTTONBRO STUDIO, PEXELS

É crucial que os jornalistas participem no desenvolvimento de algoritmos editoriais

temas ou máquinas que mimetizam a inteligência humana para executar tarefas e que se podem auto-melhorar iterativamente com base nas informações que recolhem.

No já mencionado relatório "IA para periodistas - Uma Herramienta por explotar", é apresentada uma distinção entre Inteligência Artificial "débil" e "forte".

A primeira, desenvolvida na atualidade, tem por base um sistema orientado para a resolução de problemas concretos e delimitados de forma iterativa, ou seja, através de padrões e tendências repetitivas, com algoritmos programados por humanos. Exemplo: assistentes virtuais como a Síri, da Apple, a Alexa, da Amazon, ou o Assistente, da Google, que conseguem manter uma conversa, mas respondem apenas a questões e ordens muito específicas, com base nos resultados que obtêm de uma pesquisa na internet ou nas suas bases de dados.

A segunda, citando o mesmo relatório, é composta por sistemas complexos e capazes de tomar decisões de forma proativa, dedutiva e auto-consciente. Ou seja, funcionam sem terem de esperar por ordens e sem precisarem de basear-se na repetição da mesma tarefa. Por enquanto, este tipo de IA apenas existe na ficção científica. Podemos ter uma ideia do que será em filmes como o icónico "Blade Runner" (1982), "The Matrix" (1999) ou, mais recentemente, "Her" (2014) e "Ex Machina" (2015), ou em livros como "Klara and The Sun" (2021), de Kazuo Ishiguro.

Ainda estamos, pois, no reino da apelidada IA "débil", constituída por uma multiplicidade de tecnologias e ferramentas, algumas delas já bastante desenvolvidas e outras em desenvolvimento.

Encontramos também, em muitos materiais sobre Inteligência Artificial, uma distinção muito clara entre sistemas de automação e IA. No entanto, são cada vez mais os especialistas que afirmam que esta fronteira se está a tornar muito ténue.

Para percebermos que, por exemplo, no Jornalismo os processos de automação já são mais usados, podemos, de uma forma muito simples, dizer que a Inteligência Artificial envolve inteligência de programação e a Automação é a execução automática de tarefas sem intervenção humana. Por exemplo, quando um robô processa informação factual e através dela cria uma notícia, falamos apenas de Automação. Mas se essa ferramenta tratar dados, estabelecer padrões ou disrupções que me ajudem a compreendê-los, ou até se fizer um gráfico com

Imagem gerada pela ferramenta DALL-E, quando pedido que representasse um "jornalista no futuro"

eles, escolhendo qual a melhor forma de os representar, já estamos a falar de IA.

USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO

Expressões como Jornalismo robô ou Jornalismo automatizado já andam pelo mundo do Jornalismo há alguns anos e há algumas experiências interessantes de vários órgãos de comunicação social. Embora estas práticas ainda não estejam massificadas, elas estão bem mais perto de nós do que poderia parecer à primeira vista.

Se olharmos para o relatório "New powers, new responsibilities: A global survey of journalism and artificial intelligence", publicado em 2019 por Charlie Beckett, da London School of Economics - que é ainda um dos maiores estudos na área - vemos que são apontados três usos principais para a IA, entre as redações analisadas, 71 em 32 países.

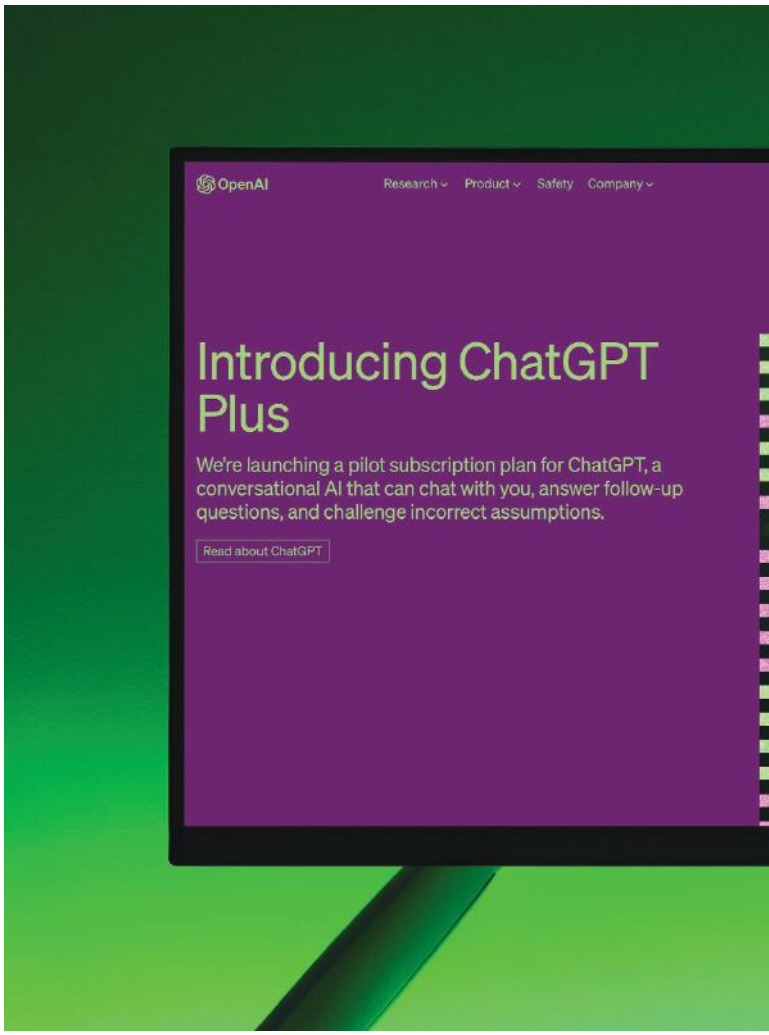
O primeiro é a recolha de notícias: obtenção de informações, de ideias para histórias, identificação de tendências, investigações, monitorização de acontecimentos ou problemas, extração de informações ou conteúdo. O segundo é a produção de notícias: criação de conteúdo, edição, preparação da informação para diferentes formatos e plataformas, criação de texto, imagem e vídeo, reaproveitamento do conteúdo para diferentes públicos. O terceiro é a distribuição de notícias: personalização, marketing, localização de audiências, compreensão do comportamento do utilizador e monetização/assinaturas.

Em 2021, os entrevistados para o relatório do projeto Newsreel 2, cujo objetivo principal é fornecer conteúdos e possíveis programas de formação em áreas importantes para o Jornalismo na atualidade, deram conta da importância e da inevitabilidade da IA nas redações. Os vários jornalistas europeus entrevistados no âmbito do projeto acabam por identificar estas três áreas de uso da IA como as mais habituais, falando do seu potencial, dando exemplos do que é feito nas suas redações, nomeadamente os entrevistados da Alemanha, Chéquia e Portugal, em contraposição com os entrevistados da Hungria e da Roménia, que reportaram a ausência destas práticas.

O relatório "Journalism, media, and technology trends and predictions 2023", da responsabilidade de Nic Newman, do Reuters Institute for the Study of Journalism, da Universidade de Oxford, sobre as tendências do Jornalismo para o futuro, reporta que 69% dos entrevistados mencionaram que a IA será crucial nos próximos anos. O relatório salienta ser provável que assistamos a uma explosão na produção de conteúdos automatizados ou semi-automatizados, nos média. "Para o bem e para o mal", enfatiza, destacando que será cada vez mais fácil criar conteúdo multimédia apelativo e plausível, mas por outro lado também será mais difícil separar o que é real do que é falso, enganador ou adulterado.

COMO COMEÇOU

O Jornalismo automatizado (ver, nestas páginas, "Muito pequeno glossário") ou o recurso a algoritmos para tratamento de grandes quantidades de informação está no início do uso da IA no Jornalismo. Entre estes pioneiros, temos nomes como a Associated Press (AP), a *Forbes*, o *Los Angeles Times* ou a ProPublica, meios que usavam inicialmente a IA para reportar histórias baseadas em dados ou para a produção automatizada de notícias.

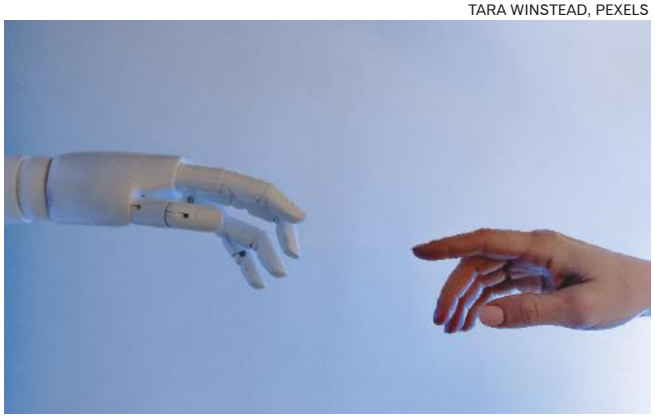


O ChatGPT3 trouxe à praça pública a discussão sobre IA, que já existia em circuitos mais fechados

Vários autores mencionam que a IA era usada sobretudo para tratar dados de desporto, meteorologia, relatórios financeiros, análise imobiliária ou informação financeira das empresas. Aliás, alguns dos entrevistados para o relatório do projeto Newsreel 2 mencionam estes usos nas suas redações. Por exemplo, a AP começou a usar a automação para fazer a cobertura de 10 mil jogos anuais das ligas menos importantes da *basebol*. Além da área do desporto, a AP também iniciou a produção de notícias sobre resultados empresariais. E, em 2006, a Reuters anunciou que iria automatizar as notícias financeiras na sua plataforma online. Também amplamente conhecido é o algoritmo Quakebot, que publicou uma notícia sobre o terramoto que teve lugar na Califórnia, em 2014, no site do *Los Angeles Times* apenas três minutos após o abalo ter terminado.

ANDREW NEEL, PEXELS

TARA WINSTEAD, PEXELS



Humano versus máquina, desafios da IA

O uso de algoritmos e mecanismos de automação no Jornalismo remonta ao chamado *Computer Assisted Reporting* (CAR), ligado também ao Jornalismo de Dados, que no seu caminho e evolução tem vindo a utilizar ferramentas de automação e de IA para melhorar a forma como reporta as histórias.

ONDE ESTAMOS

Na Europa, a Alemanha é um dos países onde são reportados casos já bastante interessantes de uso da IA. A rádio alemã Bayerischer Rundfunk tem um laboratório específico para o desenvolvimento de projetos com IA, o AI + Automation Lab, fundado em março de 2020. Citado no relatório do projeto Newsreel 2, Steffen Kühne, que está à frente do laboratório, afirma que o seu objetivo é desenvolver produtos para melhorar a reportagem, produção e distribuição de notícias daquela estação de rádio pública regional. Para tal, são desenvolvidas ferramentas baseadas em IA, com vista à automação da produção de notícias e à sua publicação.

Além do uso para melhorar a análise de dados e produzir notícias, também estão a ser usadas ferramentas destinadas à moderação de comentários, como no caso do *New York Times*, que implantou um sistema de IA desenvolvido pela Jigsaw/Alphabet, dona da Google, para fazer esse trabalho.

Paralelamente, é também cada vez mais comum encontrar ferramentas de entrega de conteúdo personalizado com base no perfil dos leitores. Por exemplo, a *Forbes* lançou o Bertie, um sistema agregador de notícias e sugestões de conteúdos, enquanto *The Washington Post* lançou o Heliograf, que é capaz de produzir artigos a partir de dados quantitativos, sistema que já tinha sido utilizado em 2016 na cobertura dos Jogos Olímpicos e das eleições norte-americanas.

Outras formas de uso da IA são também apontados no relatório do Reuters Institute for the Study of Journalism, já mencionado. É o caso do uso de Machine Learning e Natural Language Processing (PNL) para tornar alguns processos mais eficientes - por exemplo, fazer sumários, transcrições de voz para escrita, reconhecimento de imagens para gerar legendas ou etiquetação. No relatório é descrito o caso do *Zetland*, um jornal dinamarquês, nativo digital, que criou a sua ferramenta de transcrição e a comercializou, para que possa ser usada por outros meios. É também apresentado o exemplo do *Globe and Mail*, do Canadá, que desenvolveu a Sophi, uma ferramenta que automatizou quase todas as suas *homepages*, de forma a que os editores deixassem de ter a tarefa de escolher como compor estas páginas. A ferramenta passou a ser responsável pelos destaques, bem como pela otimização do conteúdo para as redes sociais, nomeadamente dos títulos e das melhores horas para fazer as publicações.

O mesmo relatório - "Journalism, media, and technology trends and predictions 2023" - prevê que este ano (2023) aparecerão, e serão abertas ao uso mais alargado, mais ferramentas de IA generativa como o ChatGPT, o Midjourney e o DALL-E, que já estão a ser usados para criar ilustrações para artigos e publicações em blogues. É ainda destacada a Semafor, uma *start-up* norte-americana que criou uma série de vídeos ilustrados por animações geradas por IA, para mostrar testemunhos da guerra na Ucrânia, uma vez que não havia imagens. Neste sentido, é também conhecido o uso de tecnologia similar para produzir vídeos *deepfake* de Zelensky, onde "dizia" aos ucra-

MUITO PEQUENO GLOSSÁRIO

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL
De uma forma muito simples, Inteligência Artificial refere-se a sistemas ou máquinas que imitam a inteligência humana para executar tarefas e que podem melhorar o seu desempenho iterativamente, com base nas informações que recolhem. Podem, por exemplo, gerir grandes quantidades de dados, detetar tendências e fazer recomendações sobre elas.

ALGORITMOS
Os algoritmos são uma descrição, passo-a-passo, de uma metodologia que conduz à resolução de um problema ou à execução de uma tarefa. Procura-se que sejam finitos, bem definidos e eficazes. A sua programação consiste na codificação precisa desse algoritmo, segundo uma linguagem de programação específica.

JORNALISMO ROBÔ OU JORNALISMO AUTOMATIZADO
No Jornalismo, o robô é um software capaz de recolher dados, analisá-los, identificar os elementos relevantes para construir uma notícia, organizar uma sequência e depois construir uma narrativa usando "regras" e melhores práticas jornalísticas. O resultado deve ser tão bom quanto uma história escrita por um ser humano e, para o consumidor, não deve ser identificável como criado por um robô.

MACHINE LEARNING
O Machine Learning é um ramo da Inteligência Artificial e das ciências da computação que se concentra no uso de dados e algoritmos para imitar a forma como os humanos aprendem. Atualmente, é usado pelo cidadão comum várias vezes ao dia, em pesquisas na web, reconhecimento de fala, previsão do tempo, *apps* de trânsito, etc.

PRINCIPAIS DESAFIOS DA IA PARA O JORNALISMO

- Resistência cultural
- Problemas de emprego
- Desumanização da escrita
- Dúvidas quanto à autoria
- Produção fácil e rápida de conteúdos "desinformativos"
- Participação dos jornalistas no processo de desenvolvimento de algoritmos e da tecnologia base da IA
- Falta de experiência e competências adequadas.

nianos que se rendessem. Outra tendência apontada é o uso e experimentação de apresentadores virtuais, na área da TV, sobretudo na Ásia, em países como a Coreia do Sul ou a China.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES
O uso da IA tem vindo a alimentar o debate em várias áreas e o Jornalismo segue a tendência. Como vimos, as possibilidades da sua utilização em várias áreas do Jornalismo são imensas e torna-se atualmente incontornável. No entanto, levantam-se algumas questões e desafios para a sociedade, em geral, e para o Jornalismo, em particular.

A resistência cultural que a introdução da IA pode trazer, tanto do lado dos jornalistas, tendo em conta as suas práticas profissionais, como do lado dos consumidores de notícias é algo a ter em conta.

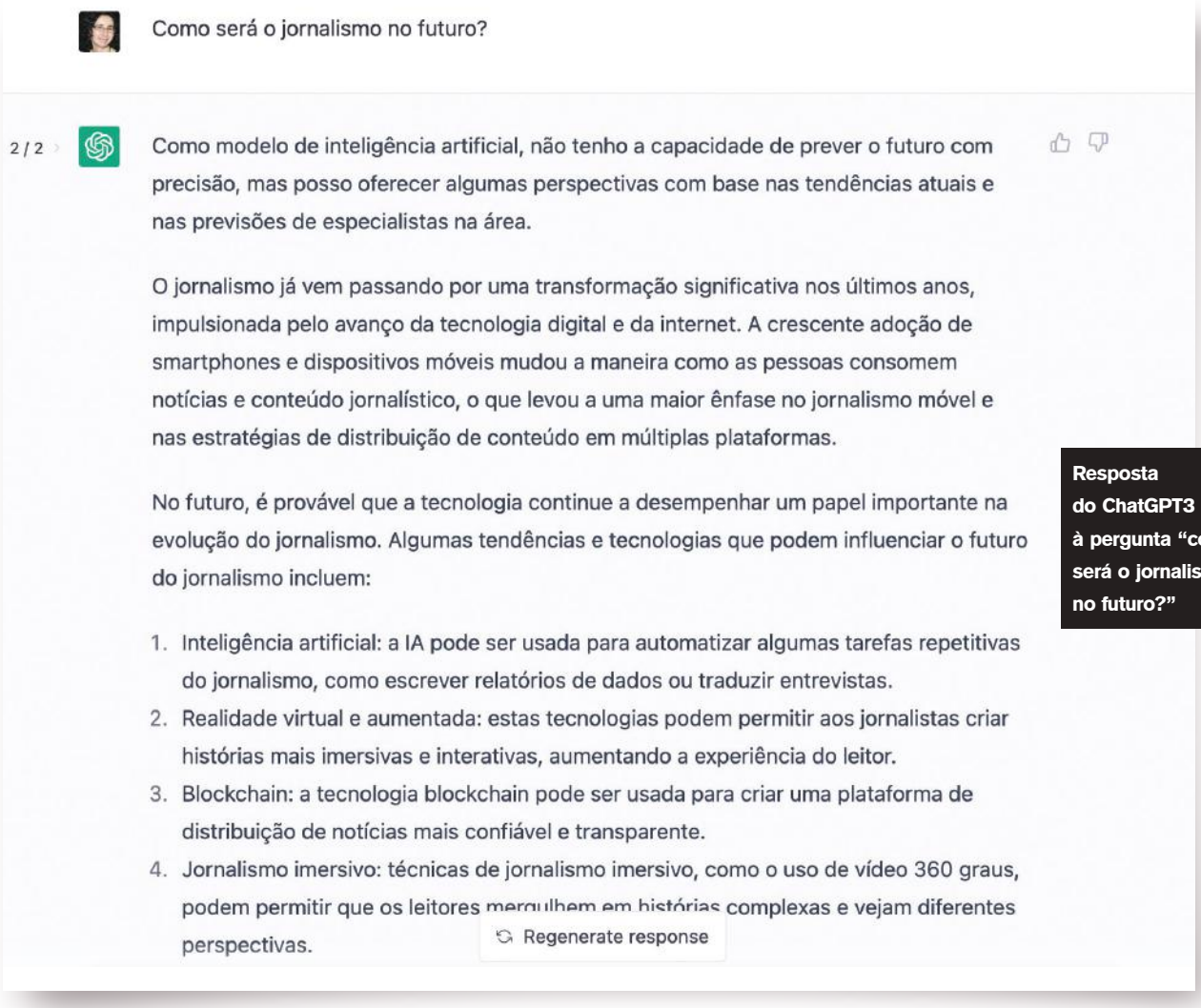
Os potenciais problemas de emprego, à medida que alguns trabalhos feitos por jornalistas são automatizados, devem ser tidos em conta. Ainda recentemente, e com algum estrondo mediático, no Reino Unido a Microsoft substituiu 27 jornalistas, que faziam a curadoria das notícias do MSN e do Edge, por um software de IA.

A "desumanização" da escrita, que, quando automatizada, pode perder algumas das suas características *humanas*, tornando-se menos interessante e mais estandardizada, é algo que também deve ser pensado e trabalhado. Tal como as possíveis dúvidas quanto à autoria dos trabalhos jornalísticos, que podem vir a diminuir a confiança nas notícias. Quando uma notícia é produzida de uma forma automatizada, com base num algoritmo, quem é responsável por ela? Esta é uma questão recorrente no que toca à autoria destes trabalhos. Mas também pode haver questões sobre direitos de autor.

Outro dos grandes desafios advêm do uso de ferramentas que podem produzir rapidamente e com facilidade conteúdos "desinformativos", com objetivos dúbios, e que podem ser confundidos com Jornalismo.

Já a participação dos jornalistas no processo de desenvolvimento de algoritmos e da tecnologia base da IA para uso nas redações é uma questão fulcral para que sejam desenvolvidos algoritmos editoriais, de forma a que os conteúdos produzidos tenham em conta o *ethos* jornalístico. Alguns dos jornalistas entrevistados para o relatório Newsreel 2 mencionaram a importância da transparência quanto ao uso de IA nos trabalhos, salientando sobretudo a transparência sobre a forma como e para que são usados algoritmos. A questão da transparência é mencionada em grande parte dos trabalhos que têm sido feitos nesta área.

Importante também é o desafio da falta de experiência e competências adequadas para trabalhar e lidar com a IA, nas suas mais diversas facetas. É interessante referir que a maioria dos entrevistados para o relatório Newsreel 2 referiu ser autodidata na aquisição de competências para a área da IA, reforçando a necessidade de formação para



Como será o jornalismo no futuro?

2 / 2

Como modelo de inteligência artificial, não tenho a capacidade de prever o futuro com precisão, mas posso oferecer algumas perspectivas com base nas tendências atuais e nas previsões de especialistas na área.

O jornalismo já vem passando por uma transformação significativa nos últimos anos, impulsionada pelo avanço da tecnologia digital e da internet. A crescente adoção de smartphones e dispositivos móveis mudou a maneira como as pessoas consomem notícias e conteúdo jornalístico, o que levou a uma maior ênfase no jornalismo móvel e nas estratégias de distribuição de conteúdo em múltiplas plataformas.

No futuro, é provável que a tecnologia continue a desempenhar um papel importante na evolução do jornalismo. Algumas tendências e tecnologias que podem influenciar o futuro do jornalismo incluem:

1. Inteligência artificial: a IA pode ser usada para automatizar algumas tarefas repetitivas do jornalismo, como escrever relatórios de dados ou traduzir entrevistas.
2. Realidade virtual e aumentada: estas tecnologias podem permitir aos jornalistas criar histórias mais imersivas e interativas, aumentando a experiência do leitor.
3. Blockchain: a tecnologia blockchain pode ser usada para criar uma plataforma de distribuição de notícias mais confiável e transparente.
4. Jornalismo imersivo: técnicas de jornalismo imersivo, como o uso de vídeo 360 graus, podem permitir que os leitores mergulhem em histórias complexas e vejam diferentes perspectivas.

Regenerate response

Resposta do ChatGPT3 à pergunta "como será o jornalismo no futuro?"

jornalistas nesta área, que é tão vasta e por vezes complexa, sobretudo para profissionais que são oriundos de áreas das Humanidades.

Além das questões que levanta, a IA traz oportunidades para o Jornalismo, como já vimos nos exemplos enumerados anteriormente. Por exemplo, a combinação de velocidade com eficiência, oferecendo a possibilidade de ocorrerem menos erros em artigos que possam ser produzidos de forma automatizada. Ou, ainda, dar mais tempo aos jornalistas para desenvolverem assuntos mais complexos ou contextualizarem melhor o trabalho feito por máquinas. Também na área da análise de grandes dados (*big data*), a IA pode ser crucial para chegar a grandes histórias que de outra forma seriam impossíveis de trabalhar. No campo da distribuição, é também de salientar o potencial de oferta de informação orientada para o utilizador.

A Inteligência Artificial e o seu uso trazem grandes desafios ao Jornalismo, mas não é a primeira vez que o setor enfrenta a mudança. Algumas redações estão já à frente no recurso a ferramentas de IA, mas o caminho a percorrer para uma adoção mais massiva, responsável e de acordo com a ética jornalística, ainda é longo. A IA não é a panaceia nem a solução para todos os problemas do Jornalismo. O seu uso levanta questões a uma profissão que se encontra num momento crucial, mas também traz oportunidades.

MAIS SOBRE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E JORNALISMO

- New powers, new responsibilities - A global survey of journalism and artificial intelligence. 2019. Charlie Beckett. London Scholl of Economics and Political Science. https://blogs.lse.ac.uk/polis/2019/11/18/new-powers-new-responsibilities/
- Journalism, media, and technology trends and predictions 2023. 2023. Nic Newman, Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-01/Journalism_media_and_technology_trends_and_predictions_2023.pdf
- The Newsreel Project Consortium. 2021. Newsreel2. New teaching fields for the next generation of journalists. Research report. Erich Brost, Institute for International Journalism. https://eldorado.tu-dortmund.de/handle/2003/40586
- IA para periodistas - Una herramienta por explotar. 2023. Prodigioso Volcán. Fundación Gabo. https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/
- Ver também, na secção Sites desta edição da JJ, "O Jornalismo a experimentar o ChatGPT"

"CLICA AQUI E NÃO VAIS VER UMA COISA EXTRAORDINÁRIA"

Júlio Roldão *

Há 50 anos, no início dos anos 70 do século passado, Portugal vivia o início da explosão do audiovisual sem que a maioria da população tivesse uma cultura bibliográfica consolidada. O segundo canal da RTP dava os primeiros passos como canal com programação diferente da programação do primeiro e vivia-se a chamada "Primavera Marcelista", com uma tímida tentativa de fazer chegar até nós, com o atraso habitual, o modelo de sociedade que chegou à Europa Ocidental, pela mão dos Estados Unidos da América, nos anos 50.

Há 50 anos, com 20 de atraso, Portugal preparava-se para entrar nos determinantes anos 50 do século XX. Nos anos do início da reconstrução de uma Europa destruída pela guerra, vividos sob promessas de uma era de prosperidade e abundância, os anos da década do aparecimento da habitação em regime de propriedade horizontal, da década em que a televisão começou a impor-se como entretenimento das famílias, os anos do automóvel privado sem preocupações dos gastos com a gasolina, pois julgava-se que as reservas de petróleo seriam eternas.

Nos anos 50, que entre nós, repito, chegaram 20 anos mais tarde, os jornais em papel eram incentivados, pela UNESCO, a contribuir para a alfabetização das populações nos países onde o analfabetismo puro ainda era muito alto. A explosão do audiovisual exigia a promoção, junto das populações, de uma cultura bibliográfica capaz de enfrentar os desafios desse tal audiovisual. Uma cultura bibliográfica que contemplasse o gosto e hábitos generalizados pela leitura.

Sem a capacidade crítica que só hábitos de leitura (sempre mais confortáveis se em suporte de papel) podem garantir, o choque do audiovisual poderia ser muito problemático. Poderia ser e foi, em países que o enfrentaram sem a consolidação dessa tal cultura bibliográfica. Isso aconteceu em Portugal, mesmo reconhecendo que a explosão do audiovisual chegou, entre nós, com 20 anos de atraso. Vinte anos, reconheça-se, desaproveitados no combate ao analfabetismo puro e a várias iliteracias.

TEMPO DOS ARDINAS

Os jornais em papel que a UNESCO incentivava, nos anos 50, a promover a alfabetização das populações eram vendidos, pelas ruas, pelos ardinas, uma profissão desaparecida das nossas cidades. Na cidade do Porto, há uma estátua, da autoria do escultor Manuel Dias, de homenagem ao ardina. Esta estátua, de momento retirada do espaço público por força das obras de expansão do Metro do Porto, estava ao fundo da Avenida dos Aliados a representar um ardina

"O ardina", de Almada Negreiros (1926)

A biblioteca (pormenor) [Júlio Roldão]

na posição clássica do ardina, ou seja, a exibir um exemplar de um dos jornais que está a vender, no caso amparando o braço que segura o jornal num marco do correio.

Já não há, como se sabe, ardinas e quase que também já não há marcos de correio. Já quase ninguém escreve cartas, nem de amor… Já quase ninguém manda postais ilustrados ou postais de Natal como aqueles que seguiam, em envelopes perfumados.

Quando penso nesses tempos dos jornais em papel que se vendiam pelas ruas, penso num grande amigo meu, Celestino Domingues, mais novo do que eu, mas infelizmente já desaparecido, que começou a trabalhar aos 14 anos no *Jornal de Noticias*, onde fez carreira como operário indiferenciado e onde chegou a ser o trabalhador mais antigo da casa, pouco antes de se reformar e de morrer. O Celestino, quando jovem adulto e a precisar de mais uns trocos, vendia jornais aos automobilistas que estavam em filas de espera para a ponte de Santa Clara, em Coimbra.

O Celestino conhecia os polícias sinaleiros que regulavam o trânsito no Largo da Portagem e conseguia que eles fizessem avançar a fila de carros quando viam que o Celestino já tinha aviado uma série de jornais e precisava de renovar a potencial clientela. Para o meu velho amigo, esta venda era um ganho extra que conseguia realizar, com facilidade, quando precisava, pois era filho de um casal que explorava uma banca de jornais na baixa de Coimbra sendo, por isso, fácil conseguir o fornecimento de jornais necessários.

Eu sei que falar em jornais impressos em papel começa a ser tema velho. Hoje já nem podemos falar em jornais generalistas impressos em papel com sede na cidade do Porto, pois de momento só há um. Ainda não há muito tempo, escrevi uma carta sobre este tema ao meu amigo, jornalista e escritor Francisco Duarte Mangas, presidente da Associação dos Jornalistas e Homens de Letras do Porto. Nessa carta, que ele fez o favor de publicar na *Gazeta Literária*, revista que dirige, eu queixava-me desta triste realidade.

Nessa carta, confessava que escrever sobre o desaparecimento dos jornais do Porto, centrando-me na quase anunciada mudança do único diário que ainda resiste – o *Jornal de Notícias* – podia ser muito difícil. À data já eram públicos os rumores que dão como certo que o JN vai ceder a uma qualquer empresa hoteleira o emblemático edifício da Rua de Gonçalo Cristóvão, construído de raiz para albergar um jornal, quando os jornais eram pensados, escritos e impressos no mesmo espaço, o que implicava instalações também adequadas a uma rotativa de grandes dimensões como a última grande máquina impressora que o jornal adquiriu.

Na carta que escrevi ao Francisco Mangas e que a *Gazeta* publicou, lembrava que tudo isto se encaixava e encaixa naquelas opções empresariais que fizeram com que os jornais deixassem de ter tipografia e distribuição próprias e fossem perdendo peso. Eliminando gorduras, como os empresários gostam de dizer. Os outros dois grandes diários portuenses - *O Comércio do Porto* e *O Primeiro de Janeiro*

– já cederam as respectivas instalações históricas para outros negócios e já desapareceram do mercado.

Olhando assim para os desaparecidos *O Primeiro de Janeiro* e *O Comércio do Porto*, um *Janeiro* que marcou gerações e gerações de leitores cativados pelo caderno dominical e um *Comércio* cujo suplemento de cultura e arte "Estrada Larga" também fez história, olhando para esta razia, acredito que o *Jornal de Notícias* possa não resistir. Este desaparecimento colectivo de jornais do Porto, fenómeno que também já aconteceu em Lisboa, configura uma espécie de gentrificação. Gentrificação, registe-se, acompanhada, em Portugal e na Europa, pela desertificação noticiosa, um conceito que vale a pena fixar – há cada vez mais territórios, em Portugal e na Europa, sem jornais locais nem rádios locais.

A este propósito, alinhavei uma dezena de versos contrafeitos que aqui reproduzo em texto corrido: Algumas cidades / Andam a mudar de casa / Fecham livrarias / E trocam teatros / Por outros espaços / De maior procura // Algumas cidades / Sem essas manias / Das cidadanias // Estranha loucura.

Os manequins [Júlio Roldão]

TEMPO DA DESINFORMAÇÃO

Retomando o tema (oculto) da desinformação, recordo uma passagem de uma intervenção minha proferida no Porto, há quatro anos, mais precisamente a 18 de Fevereiro de 2019, no encerramento, nas instalações da Associação dos Jornalistas e Homens de Letras do Porto, da exposição sobre a Imprensa Centenária Portuguesa que a Associação Portuguesa de Imprensa nesse ano andou a mostrar pelo país.

Na oportunidade (que serviu também para dar a conhecer projectos destinados a promover, nas comunidades mais vulneráveis de Portugal, a literacia dos media) ousei parafrasear o *The New York Times*, jornal que, naquele ano, promovia, nas suas próprias páginas, a verdade como algo que vale a pena e que, por tal razão, exige cuidados nem sempre respeitados. Cuidados simples como, por exemplo, os que aconselham a que os factos sejam confirmados em pelo menos três fontes independentes entre si – *triple-vetting sources* – além, obviamente, de apresentados sob os vários olhares possíveis.

A confirmação das notícias – que devem ser, por definição, novidades verdadeiras de claro interesse colectivo para os públicos a que se destinam – é uma exigência de sempre e não exclusivamente nestes tempos de predomínio do digital, em que a palavra escrita surge em muitos suportes novos, cuja monitorização é muito mais difícil do que era quando ficava quase exclusivamente no papel em que se escrevem (ou escreviam) os livros e os jornais. Na base do que chamamos cultura bibliográfica.

A ausência desta necessidade da confirmação das notícias, tarefa obrigatória para quem tem a profissão de jornalista, é um risco que muitas vezes pode resultar em situações idênticas às geradas por quem difunde voluntariamente mentiras. Difundir mentiras, *fake news*, é uma prática criminosa, não exclusiva dos meios digitais modernos.

Nos idos de 1975, quando as forças ligadas ao regime português do Estado Novo, derrubado no 25 de Abril de 1974, começaram a reagir contra a nova ordem política em Lisboa, um jornal em papel que se publicava nos Estados Unidos da América, muito virado para a imensa população da comunidade açoriana a trabalhar no país, divulgou com destaque uma fotografia da Igreja do Senhor Santo Cristo de Ponta Delgada em chamas, supostamente incendiada pelos políticos portugueses que tinham feito o 25 de Abril. Na verdade, nunca a Igreja do Senhor Santo Cristo dos Milagres foi incendiada ou ardeu acidentalmente.

Hoje, como em 1975, as pessoas de bem sonham com uma informação de qualidade que contemple uma dimensão humanista, incompatível com os fenómenos de *fake news*, de desinformação ou de manipulação jornalística. Sem esta dimensão humanista, a eficácia da comunicação perde-se e perde o lema de vida que proclama como uma das maiores dignidades humanas o poupar humilhação aos outros.

O que acabo de escrever faz-me recordar um exemplo que o meu primeiro chefe, o jornalista Penalva da Rocha, costumava apresentar quando falava com os mais novos, transmitindo-lhes vivências que funcionavam como uma formação profissional contínua, também indispensável à pratica do bom Jornalismo.

Alguém que acabara de cumprir uma pesada pena de prisão de 20 anos, entrou na Redação do *Diário de Coimbra*

com um já amarelecido recorte da notícia da condenação que ele sofrera, querendo saber quem tinha sido o autor de tal notícia. Embora parecesse assustador, o indivíduo queria apenas agradecer ao jornalista a forma sensível como foi tratado na notícia, revelando, a propósito, que essa "local" o tinha ajudado a aguentar uma pena longa que ele considerava justa.

Dificilmente, hoje, alguém conseguirá recuperar um comentário publicado numa das muitas redes sociais da Internet e guardá-lo, durante 20 anos, como um bálsamo para os momentos de maior desânimo. Mesmo considerando que tudo, ou quase tudo, o que foi divulgado na Internet está, contrariando o direito ao esquecimento, numa qualquer nuvem do ciberespaço.

TEMPO DE MEIAS VERDADES

E já que estamos em tempo de recortes de jornais, permito-me citar um, publicado no *Diário de Notícias*. Marca os primeiros dias da Revolução de Abril e é da autoria de Sophia de Mello Breyner. A nossa Sophia, então casada com um jornalista, que também foi escritor, advogado e político, Francisco Sousa Tavares, a nossa Sophia escreveu um poema que era premonitório e que também tem muito a ver com o que estamos aqui a falar. Foi escrito a 20 de Maio de 1974, ainda a Revolução do 25 de Abril não tinha um mês. Vou citá-lo de novo em texto corrido.

> "Nesta hora limpa da verdade é preciso dizer a verdade toda / Mesmo aquela que é impopular neste dia em que se invoca o povo / Pois é preciso que o povo regresse do seu longo exílio / E lhe seja proposta uma verdade inteira e não meia verdade // Meia verdade é como habitar meio quarto / Ganhar meio salário / Como só ter direito / A metade da vida // (...)"

Este extracto de um poema de Sophia tem, de facto, muito a ver com esta sociedade que agora também suporta muita mentira, aparentemente justificada pela liberdade conquistada em Abril. Infelizmente, não há um dinamismo histórico de irreversibilidade absoluta e a própria Democracia, como a Liberdade, está dependente da defesa que lhe possamos oferecer, como o senhor Presidente da República sublinhou no discurso do passado 5 de Outubro.

É bom reconhecer, numa espécie de autocrítica, que muitos de nós deixaram que o ideológico se sobrepusesse ao prático, desprezando a pedagogia necessária para a realização dos chamados objectivos da Revolução de Abril. Em muitos aspectos, fomos incapazes de criar uma consciência social, porque teremos cedido à tentação de a impor, esquecendo que as liberdades cívicas precisam, e muito, de uma componente social, sob pena de se tornarem ineficazes, principalmente ao nível dos absolutamente carecidos...

Isto implicaria que a nossa sociedade se tivesse mobilizado numa transformação de mentalidades, suficientemente aberta para abranger, pelo menos, todas as perspectivas empenhadas na transformação, fossem quais fossem as suas orientações ideológicas, para etapas concretas perfeitamente definidas e calculadas. Isso não se fez, e como isso não se fez, algumas das conquistas que se conseguiram são frágeis e podem ser efémeras.

A falência das transformações sociais deve ser vista como o calcanhar de Aquiles do 25 de Abril. E isto é da responsabilidade dos políticos, mas também da comunicação social. Da comunicação social, repito, e dos políticos, nomeadamente os que deviam definir as políticas de Educação, e deviam apostar, sem hesitação, na consolidação da cultura bibliográfica que estou sempre a promover.

No vigésimo aniversário do 25 de Abril, em 1994, entrevistei para um jornal que já não se pública – o *Página da Educação* – o prof. dr. Orlando de Carvalho, intelectual de referência da Democracia Portuguesa que, infelizmente, já não está entre nós. O professor Orlando de Carvalho dizia então que tínhamos, cito, "começado a lançar para o mercado ondas e ondas de licenciados que caminham para uma espécie de proletariado intelectual e que são, o que é ainda mais grave, um proletariado semi-analfabeto, tanto no aspecto técnico e no aspecto cultural, como no aspecto cívico".

Estas reflexões de Orlando de Carvalho nunca mais me saíram da cabeça e estão muito ligadas à situação que vivemos neste ambiente de cenários virtuais e muitas mentiras, tanto mais facilitado quanto menos insistimos em defender a cultura bibliográfica, assente na palavra escrita, palavra escrita que ainda é mais facilmente confirmável, quiçá confiável, quando em suporte de papel.

O problema que faz com que as tempestades dos mares cheios de vagas de mentiras sejam perigosas, até para a liberdade e para as democracias, não está no suporte. Eu não diabolizo o digital para endeusar o papel. Apenas chamo a atenção para a importância da cultura bibliográfica, e para a urgência em cimentar hábitos e gostos pela leitura, lembrando que ainda é muito mais fácil aferir da veracidade da informação quando o suporte da notícia é o papel.

Claro que não podemos ignorar o digital em que estamos literalmente embrulhados. Ele existe e é útil, mas carece de cuidados redobrados. Carece, pelo menos, de medidas defensivas contra o flagelo da desinformação e das *fake news*. Digo eu, velho jornalista nascido, a quente, no tempo em que os jornais eram impressos a chumbo. Velho jornalista (com carteira profissional nº 208) do tempo em que a distribuição dos jornais em papel ainda era feita nas ruas, por ardinas.

Digo eu, um velho jornalista empenhado em combater assédios do tipo "clica aqui e vais ver uma coisa extraordinária". JJ

** Texto baseado na intervenção que o autor proferiu em Alcáçovas, a 14 de Dezembro de 2022, como um dos oradores convidados da Associação Portuguesa de Imprensa a participar nas celebrações do Dia Nacional da Imprensa.*

JÁ PASSARAM 40 ANOS

Para assinalar o 40.º aniversário do I Congresso, a JJ convidou um camarada que em 1983 não sonhava sequer ser jornalista a refletir sobre a evolução do exercício profissional, partindo da Declaração final do encontro, aqui reproduzida, e das Conclusões. O olhar crítico de João Pedro Henriques não se cingiu ao percurso. Por isso desagua num alerta bem atual: os jornalistas estão a travar "a mais dura e decisiva de todas as suas batalhas: a da independência face aos próprios consumidores de informação".

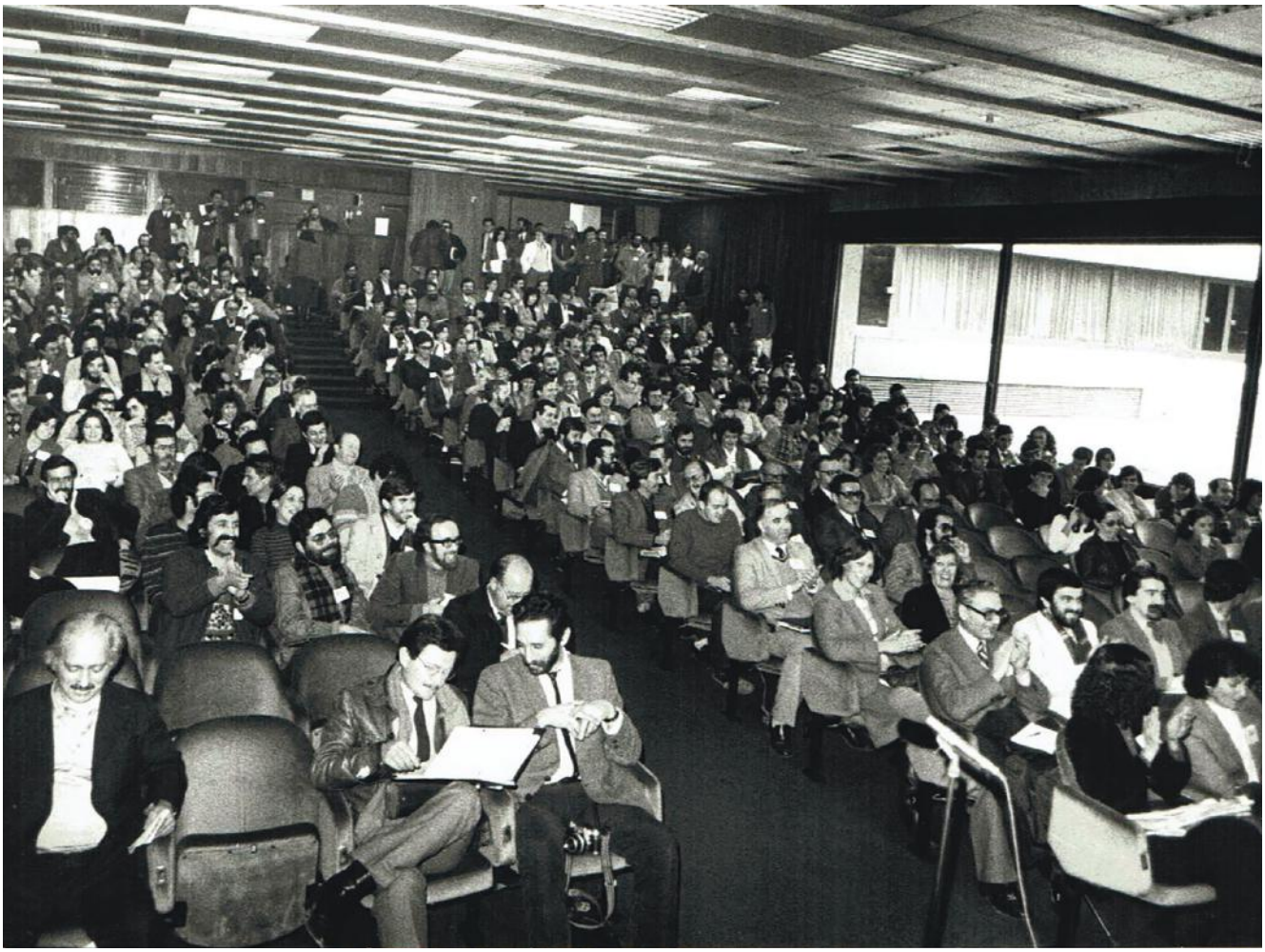
DECLARAÇÃO

Os jornalistas portugueses, reunidos no seu I Congresso, em Lisboa, nos dias 19, 20, 21 e 22 de Janeiro de 1983, sob o lema "Liberdade de expressão, expressão da Liberdade", declaram:

1. Defender a liberdade de expressão e o direito à informação, com repúdio por todas as formas de censura;
2. Lutar pela dignidade do exercício da profissão, exigindo o respeito pelos princípios consagrados no Estatuto do Jornalista e no Código Deontológico, cujo reconhecimento legal é imperativo;
3. Exigir o rigoroso cumprimento da legislação em vigor e tomar iniciativas que eliminem as lacunas existentes;
4. Defender o livre acesso às fontes de informação, que algumas autoridades violam frequentemente, chegando à agressão física de profissionais da comunicação social;
5. Lutar pela dignificação e pelo reforço da actividade

dos Conselhos de Redacção;
6. Repudiar todas as tentativas de instrumentalização e silenciamento dos órgãos de comunicação social do Estado, por forças políticas e económicas, e reclamar a manutenção do sector público enquanto garantia de uma informação pluralista, independente e isenta;
7. Rejeitar todas as formas de pressão económica, particularmente a imposição de regimes precários de contratação que condicionam o exercício pleno da actividade do jornalista;
8. Exigir o fim dos despedimentos e marginalização por motivos políticos e o respeito pela competência profissional, único critério para a responsabilização e definição de hierarquias;
9. Apoiar a criação do ensino superior de jornalismo, de centros de formação profissional permanente e de cursos de reciclagem que permitam a correcta utilização das tecnologias, com salvaguarda dos postos de trabalho;
10. Afirmar e levar à prática a sua solidariedade com os jornalistas e os povos que, em diferentes partes do mundo, sofrem perseguições e lutam pela liberdade;
11. Defender uma Nova Ordem Internacional de Informação que supere os desequilíbrios existentes nos fluxos da matéria informativa;
12. Fomentar as relações internacionais, com particular destaque para os países de língua oficial portuguesa e a cooperação no campo profissional;
13. Assumir o compromisso da prática responsável e permanente de um jornalismo digno;
14. Recomendar ao Sindicato dos Jornalistas, a quem se deve esta iniciativa, a promoção de congressos bienais dos jornalistas portugueses.

Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 22 de Janeiro de 1983



O QUE ANDAMOS PARA AQUI CHEGAR

João Pedro Henriques

Aviso aos leitores: em janeiro de 1983, quando se realizou, na Fundação Gulbenkian, em Lisboa, o I Congresso dos Jornalistas, o autor deste texto tinha 16 anos e não fazia a mais remota ideia do que queria ser na vida. Talvez astronauta, mas sem grande crença, por viver em Portugal e ser uma nulidade a matemática.

Estudante pouco aplicado, sabia apenas que gostava muito de ler e de escrever. Lá em casa via-se a RTP (era o que existia) e lia-se o *Diário de Notícias* – jornal onde hoje trabalha. O Jornalismo só se lhe tornou numa segunda pele quase dez anos depois, formando-se no Cenjor (Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas). O seu principal mestre foi o jornalista Fernando Cascais (que seria também o seu primeiro chefe de redação, na Agência Lusa).

Hoje assino, honrado pelo convite, um balanço sobre os 40 anos desse I Congresso nesta revista, *Jornalismo & Jornalistas*, do Clube dos Jornalistas. Há dez anos, um dos textos assinalando os 30 anos desse evento foi assinado nesta mesma revista por... Fernando Cascais. O jornalista que me ensinou que "na dúvida, não escrevas" – princípio de que me arrependo sempre de não seguir quando decido fazê-lo – foi um dos 97 profissionais que organizou o I Congresso, passam agora 40 anos. O que vai ler a seguir é uma tentativa de ler as conclusões dessa reunião à luz do que se passou desde então. Que lutas vencemos? Que lutas perdemos? Que exigências perderam sentido? Que lutas surgiram e que ninguém suspeitava que iriam surgir?

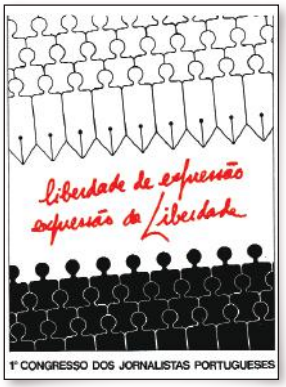
"DAR POR FINDA" A "TARIMBA"

Experimentemos, por uma vez, começar pelas boas notícias – ou seja, o que correu bem.

Tanto a "Declaração" final do I Congresso – um texto curto (2200 caracteres) dividido em 14 pontos, que é apresentado como "a primeira grande carta de princípios dos jornalistas portugueses" – como as suas "Conclusões" (10500 caracteres, "testemunho significativo das múltiplas questões suscitadas em 23 sessões de trabalho") refletem a necessidade imperiosa de a formação dos jornalistas passar a decorrer em Portugal num campo científico.

Na "Declaração" afirma-se a necessidade de "apoiar a criação do ensino superior de Jornalismo" e de "centros de formação profissional"; as "Conclusões" são ainda mais terra-a-terra, considerando, taxativamente, "ser a altura de dar por finda a fase da tarimba como meio de formação profissional", já que "o avanço tecnológico, a complexidade das fontes de informação e a necessidade de compreensão da realidade social reclamam uma preparação base, teórica e prática". E assim aconteceu.

Quer dizer: na verdade já tinha começado a acontecer. Em 1979, a Universidade Nova tinha aberto o seu primeiro curso de Comunicação Social. Os seus alunos fundadores estavam a um ano de se licenciar quando se realizou o I Congresso. Depois, outras universidades fizeram o mesmo: a Técnica, a Católica, a Universidade do Minho. Em 1983, no ano do congresso, foi criado no Porto o Centro de Formação de Jornalistas; três anos depois nasceu em Lisboa o Cenjor, resultado de um protocolo celebrado entre o Instituto do Emprego e Formação Profissional, a Direção-Geral de Comunicação Social, o Sindicato dos Jornalistas, a Associação de Imprensa Diária e a Associação da Imprensa Não Diária. Em 1993, nasce na Universidade de Coimbra a primeira licenciatura especificamente em Jornalismo (versão mais "fechada" da formação generalizante em Comunicação Social). O seu principal dinamizador foi Mário Mesquita (1950-2022), porventura o jornalista/professor universitário mais marcante em Portugal na afirmação do Jornalismo como campo científico. Hoje, o site da Comissão da Carteira Profissional de Jornalistas revela 15 cursos superiores de Comunicação Social/Jornalismo, somada as oferta pública e privada.



O caminho fez-se. Em fevereiro de 2017, oito em cada dez jornalistas mencionavam ter um diploma de Ensino Superior: 21,4% com bacharelato/licenciatura de 3 anos; 43,3% com licenciatura de 4 a 5 anos; 13,4% com mestrado; e 1,5% com doutoramento, segundo o relatório "Profissão jornalista: Condições laborais, formação e constrangimentos", uma análise realizada pelo Observatório da Comunicação aos dados obtidos no estudo "Os jornalistas portugueses são bem pagos? Inquérito às condições laborais dos jornalistas em Portugal", desenvolvido pelo Centro de Investigação e Estudos em Sociologia do ISCTE e pelo Sindicato dos Jornalistas (SJ). Ora, se em 2017 o universo dos diplomados era de 80%, em 1984 não passariam de 20%, de acordo com dados do SJ, tratados no "Estudo sobre os jornalistas portugueses", coordenado por José Luís Garcia para o Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.

Contas feitas: o peso relativo dos jornalistas diplomados quadruplicou. E escusado será dizer que os jornalistas

licenciados de 84 não o eram em Comunicação ou Jornalismo (exceto os poucos que se formaram lá fora), pela simples razão de que cá essa formação ainda não existia. Podendo dizer-se que houve avanço, não se ilude, porém, que esta medalha, como todas, tem um reverso: a proliferação de cursos de Jornalismo e/ou Comunicação – que um dia Mário Mesquita classificou como "explosiva" (e lá sabia porque o dizia) – gerou um problema de excesso de oferta a que a procura das redações não correspondeu. E com a formação em Jornalismo/Comunicação Social o que se ganhou em conhecimento específico perdeu-se diversidade nas redações: faltam pessoas licenciadas em História, Economia, Direito, Biologia, Filosofia...

A MESMA PRECARIEDADE, O NOVO DESEMPREGO

São mais os que se formam do que os que são necessários. Em muitos casos, o licenciado não consegue mais do que estágios; em muitos casos, as redações usam este trabalho grátis, mas não lhe dão sequência com contratos a termo e muito menos com contratos sem termo. Passou-se do oito para o oitenta. A torneira abriu e agora o fluxo não tem por onde escoar. Para muitos, a formação académica na nossa área de trabalho é só uma antecâmara do desemprego. Não há um jornalista sénior que aconselhe o Jornalismo como profissão de futuro a um adolescente que lhe peça a opinião.

Ora em 1983 este não era um problema. A precariedade, sim – mas o desemprego não, pelo menos lendo as "Conclusões" ou a "Declaração" final do I Congresso. No máximo, o que se refere é a "instabilidade do emprego". Em nenhum momento se espelha uma preocupação com a possibilidade de haver mais oferta do que procura de profissionais. O desemprego de que se falava então era apenas aquele que resultava de "motivos políticos". Não se antecipava o que existe hoje: por um lado, centenas ou milhares de licenciados que não conseguem exercer a profissão para a qual se diplomaram; por outro, vagas e vagas de jornalistas com dezenas de anos de experiência atirados para o desemprego por via do imparável encolhimento a que as redações têm sido sujeitas nos últimos anos.

E, assim, como há 40 anos, o desemprego não parecia ser um problema para a classe, também não o seria o dos baixos salários. Nas "conclusões" do congresso é apenas dito, sem nenhuma insistência, que "a necessidade de melhorar a qualidade da informação em Portugal" passa, entre outras coisas, por "elevar o nível remuneratório" dos jornalistas. Ou seja: os jornalistas queriam ganhar mais, mas em nenhum lado se advertia para a possibilidade de a classe ter pela frente um problema de empobrecimento generalizado.

No que faziam finca-pé, usando até linguagem bélica (a "urgência de uma batalha"), era na necessidade de se alterar a "situação altamente degradada das condições de Segurança Social dos jornalistas portugueses". Sendo certo que em 2011 se extinguiu a Caixa de Previdência dos

Jornalistas, a verdade, igualmente, é que hoje os jornalistas são profissionais como todos os outros no acesso a uma pensão de reforma. Em bom rigor, ninguém hoje pode falar numa "situação altamente degradada das condições de Segurança Social dos jornalistas portugueses". E têm ao seu dispor um serviço mutualista de assistência na saúde competente e barato: a Casa da Imprensa.

No já referido inquérito "Profissão jornalista: Condições laborais, formação e constrangimentos" (2017) chegava-se a uma conclusão sobre o vencimento médio líquido mensal dos jornalistas: 1113 euros. Mas revelava-se também que um terço dos profissionais ganhava 700 euros líquidos por mês ou menos. Eis a síntese global dessa análise: "Do ponto de vista remuneratório quase 2/3 (69%) detém salários entre os 501-1500 euros. Nos extremos, seja para baixos rendimentos, seja para remunerações superiores a 2000 euros, encontramos menores proporções. Em termos médios o vencimento médio líquido mensal é de 1113 euros. Um sublinhado para os dois extremos: por um lado, 5% com vencimentos superiores a 2500 euros; por outro, 7% com rendimento inferior a 300 euros".

Assim, o grande problema há 40 anos era a precariedade – e esse não foi de todo resolvido. Recorrendo, uma vez mais, ao inquérito "Profissão Jornalista: Condições laborais, Formação e Constrangimentos", conclui-se que 56% por cento dos jornalistas estão nos quadros (contratos sem termo). Significando isto o óbvio: 45% não estão. E todos sabemos como em Portugal ser "freelancer" significa não uma opção de autonomia, mas um caminho de trabalho à peça mal pago e forçado por ausência de outras soluções.

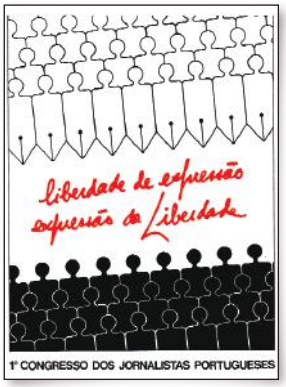
Regressemos então às boas notícias: as mulheres.

ENCERRADO O "CLUBE DO BOLINHA"

Em 1983, eram poucas nas redações. Mais do que antes do 25 de Abril – então raríssimas – mas, mesmo assim, poucas. A própria organização do I Congresso o refletia. A Comissão de Honra foi composta por 17 jornalistas, dos quais apenas duas mulheres (Manuela de Azevedo e Maria Lamas). Na Comissão Organizadora, o peso feminino aumentava ligeiramente, mas mesmo assim mantinha-se bastante minoritário: 16 mulheres num total de 97 profissionais.

Em 1987, segundo o já citado "Estudo sobre os jornalistas portugueses", as mulheres jornalistas eram 254, ou seja, cerca de 20% do total. Em 1994, essa percentagem tinha subido para quase 30% (1126 mulheres e 3850 homens). Atualmente, os números apontam para que a distribuição por género seja de metade-metade, significando isto que a classe jornalística passou assim refletir a sociedade portuguesa na sua globalidade.

Seja como for, no I Congresso a questão foi referida embora, pelo conteúdo dos textos finais, não parecesse ter grande peso nas principais preocupações da classe. Na "Declaração" final – a tal "carta de princípios" da classe – não foi possível incluir uma ideia que fosse sobre a necessidade de abrir mais a profissão às mulheres. Já nas "Conclusões" é apenas dito muito sucintamente – e num registo até de "missão cumprida" - que o I Congresso se "congratulava" com "o progressivo crescimento do ingresso de mulheres na classe", achando que lhes deve ser "reconhecida igualdade de oportunidades de acesso aos cargos de direção e chefia". Também se "recomendava" a realização de um "debate sobre a problemática da mulher jornalista" (mas não se percebe para debater o quê), sendo que isso é sugerido em ligação com outro problema, o da "utilização da imagem da mulher na informação como fator de sensacionalismo".



Os anos passaram e hoje é completamente assente que as redações em Portugal deixaram de ser um "clube do Bolinha". Ainda está por cumprir a ambição da paridade nas chefias, mas a verdade é que esse caminho tem vindo a ser feito – várias mulheres dirigem ou já dirigiram órgãos de comunicação social em Portugal. O que o século XXI agora impõe, porventura, é que se iniciem discussões sobre problemas novos, por exemplo o de as redações portuguesas serem o reino da branquitude absoluta. Mais uma vez: o que está em causa é, acima de tudo, a capacidade de o Jornalismo português refletir minimamente o país em que vive e para o qual trabalha.

A MORTE DA VERDADE

O que mudou de há 40 anos para cá no Jornalismo é tanto que nem se sabe bem por onde começar. Não existiam computadores; muito menos internet; muito menos telemóveis; muito menos telemóveis com internet (*smartphones*); não era nem sequer vagamente imaginada a possibilidade de cada pessoa deter o seu média pessoal, aberta no início dos anos 2000 com os blogues e depois massificada à escala global através das chamadas "redes sociais" (Facebook, Twitter, Instagram, etc., etc., etc.). Os órgãos mais importantes de difusão mundial de informação eram agências de notícias como a Reuters, a Associated Press ou a France Press (que hoje continuam a existir) e a CNN começava a afirmar-se (nasceu em 1980). Em Portugal só existiam dois canais de televisão, estatais. Só nove anos depois, em outubro de 1992, é que começou a emitir o primeiro canal português privado de televisão, a SIC. Mas não fazíamos ideia de que viria a ser criada a TV por cabo, com centenas de canais disponíveis, de informação ou não, de todas as nacionalidades e mais algumas. O primeiro vislumbre que tivemos disso foi quando surgiu a televisão por satélite, com os tetos e as varandas a encherem-se de antenas parabólicas, hoje inúteis.

Dizer que o mundo informativo de hoje pouco ou nada tem a ver com o de há 40 anos só peca por ser curto. Vivemos noutro planeta, realmente – e em Portugal também tudo mudou. Escusado será listar todas as mudanças, co-

nhecemo-las todas, nos jornais, nas rádios, na televisão e na informação digital. E sabemos também – no mundo inteiro – quanto nos custou o entusiasmo juvenil com que nos atiramos de cabeça para a internet, desatando a oferecer Jornalismo à borla. Hoje são muito poucos os consumidores que querem pagar pela informação, problema agravado em Portugal por nunca termos deixado de ser aquilo que sempre fomos: um país pobre e iletrado. E com isso entramos num buraco negro do qual não se vê uma saída: menos receitas para os média; menos capacidade para pagar jornalistas; menos jornalistas nas redações; pior Jornalismo; menos capacidade para atrair consumidores exigentes, menos publicidade de valor, menos receita, mais despedimentos, etc., etc., etc.

Há 40 anos, o que parecia ainda marcar os debates eram os impactos da Guerra Fria no panorama mediático. O I Congresso defendia "uma Nova Ordem Internacional de Informação" que superasse "os desequilíbrios existentes nos fluxos da matéria informativa". Sublinhava, em conjugação, a "necessidade da criação de meios alternativos ao controlo da informação internacional por poderosas agências estrangeiras".

Hoje, a recomendação não faz sentido. Há oferta para todos os gostos, proveniente de milhões de canais diferentes de informação – convencionais, digitais ou que misturam ambos – refletindo os mais diversos posicionamentos político-económicos. E quem preferir alimentar-se de visões totalmente alucinadas e conspiracionistas da vida também não tem falta de oferta – é crescente, de resto, até por via do seu sucesso comercial (ver o caso da Fox News).

Sabemos também bem como, por exemplo no Brasil ou nos EUA, já há milhões de pessoas que recusam em absoluto os média convencionais, alimentando-se antes de exclusivamente de canais Whatsapp ou Telegram, onde os líderes das suas seitas – que até podem ser chefes de Estado eleitos, como o foram Trump ou Bolsonaro – lhes vão dizendo constantemente no que devem ou não acreditar.

O problema, assim, é hoje bem mais terrível do que há 40 anos, quando o mundo – e Portugal, ainda com a memória do PREC bem viva – vivia partido ao meio entre dois blocos, um liderado por Washington e o outro por Moscovo. Para o Jornalismo, o desafio é o mesmo de sempre: relatar com verdade a realidade. Mas as circunstâncias em que isso se faz serão porventura as mais adversas de sempre.

A verdade, entendida como elemento mínimo de referência para o relato rigoroso dos factos, tem-se mostrado um valor em falência para um número cada vez maior de consumidores de informação. E se existem cada vez mais desses consumidores, existem também – como não podia deixar de ser – cada vez mais protagonistas ansiosos de politicamen-

te os representar e de economicamente os explorar. Este é o tempo da pós-verdade e esse é o nosso drama – um drama de facto da Democracia como um todo.

ENFRENTAR OS CONSUMIDORES

Em 1983, os participantes do I Congresso dos Jornalistas reclamavam "a manutenção do sector público enquanto garantia de uma informação pluralista, independente e isenta", dizendo mesmo que era neste setor público que estava "localizado o maior espaço de liberdade da informação portuguesa". Sendo de registar, de há alguns anos para cá, que foram desaparecendo as acusações aos média públicos (sobretudo RTP) de estarem "ao serviço do Governo" - o que em parte se conseguiu com mudanças na forma de designação dos órgãos gerentes –, a verdade é que hoje não é justo dizer-se que Estado é igual a rigor, por oposição a privado igual a falta de rigor. Produz-se Jornalismo rigoroso dos dois lados desta "barricada".

Contudo, hoje como há 40 anos, é de facto no setor privado da informação que se correm os maiores perigos. A proliferação de canais televisivos com informação 24 horas por dia e a de sites (isolados ou associados a média convencionais) desencadeou uma brutal guerra de audiências – porque é pelas audiências que se capta o essencial do financiamento publicitário. Ora tendo isso acontecido, e sendo os mecanismos de medição de audiências cada vez mais rigorosos, nomeadamente nos sites, o que isso implica é que sabemos exatamente o tipo de notícias que tem muitos consumidores e o tipo de notícias que não tem.

Assim, se há 40 anos, no I Congresso, se realçava "a necessidade da criação do cargo e do estatuto de editor fotográfico" – mais uma batalha vencida – agora o imperativo mesmo é que se lute pela preservação do editor *tour court*, seja lá do que for. Porque aquilo a que estamos a assistir, com o "critério" jornalístico a ser cada vez mais ditado pelas audiências (ou seja: pelo público), é que isso implica que o editor deixou, na verdade, de editar (no sentido de decidir o que é notícia e o que não é notícia, dentro do seu critério individual do que é o interesse público). Progressivamente, a função editorial está a transformar-se apenas numa mera leitura acéfala do que são as ânsias populares de informação – e "edição" em conformidade. Retomando uma linguagem antiga: os editores estão a deixar de ser uma "vanguarda", limitando-se a seguir as "massas".

Aos jornalistas exige-se agora, como sempre, que pensem pela sua própria cabeça e que decidam de acordo com o seu próprio critério, mesmo correndo o risco de provocar uma diminuição do número de *likes*. A exigência que, no fim de contas, é a mesma de sempre: de independência e de isenção face a todas as instâncias. Mas sublinhando aqui, num mundo cada vez mais dominado por fenómenos coletivos de irracionalidade e de absoluto ódio à verdade, que se começa a impor aos jornalistas aquela que será porventura a mais dura e decisiva de todas as suas batalhas: a da independência face aos próprios consumidores de informação.

50.º ANIVERSÁRIO DA "TOURADA"

A IMPRENSA E A CENSURA NO GRANDE PRÉMIO TV DA CANÇÃO

A 7 de abril de 1973, no Luxemburgo, Fernando Tordo não saiu em ombros, mas estava convencido de ter sido esta a mais importante canção que representou Portugal na Eurovisão. E a Censura – ou melhor, o Governo – deixou que isso acontecesse, num primeiro tempo de propósito, porque, depois de ter vencido por cá, censurá-la seria pior para a imagem externa do regime, que mantinha uma guerra.

Jorge Mangorrinha Investigador em Eurovisiologia1

ANTES DO *ADEUS*

Portugal era um Estado Corporativo, com uma polícia política com poder absoluto, Censura nos meios de informação, partido único, um terço de analfabetos e emigração para lá dos Pirenéus. A agricultura estava em crise. Na indústria, um pequeno número de grandes empresas era bem financiado e estruturado e as outras sobreviviam dificilmente, na dependência do crédito concedido pelos bancos comerciais. Na habitação, cresciam os subúrbios de Lisboa e do Porto. O "Estado Social" de Marcello Caetano era a política da continuidade e da renovação aparente. O suporte económico-social mantinha-se. Um forte movimento operário percorria o País, milhares de trabalhadores reivindicavam aumento de salário, direito à greve e liberdade sindical. Prosseguia a guerra na Guiné, em Angola e em Moçambique, e Portugal era um dos dois países com três teatros de operações em simultâneo, tal como, antes, o Reino Unido (Malásia, Quénia e Chipre).

Por tudo isto, também eram necessárias canções, por dentro e por fora do regime.

Por dentro, antes do *adeus* ao Estado Novo, uma canção seria congeminada no final de 1972, porque a submissão ao concurso da RTP assim o obrigava. Simultaneamente à "Tourada", Fernando Tordo e o maestro canadiano Dennis Farnon – e também Ary dos Santos, em muitas das letras – criam o álbum "Tocata", gravado em Madrid, primeiro LP do cantor. Tordo afastara-se do ié-ié. O primeiro trabalho com Ary remonta a 1969 – o ano em que o poeta se *desfolhou* para as cantigas –, num single com "Maré Viva", o tema da dupla e que é o lado B de "Windmills of your mind", a canção que, na sua versão original, recebera o Oscar para melhor canção do ano, integrada no filme "O grande mestre do crime".

"Tocata" tem algumas cantigas dos festivais anteriores em que, com elas, Fernando Tordo participou. Não tiveram contestação, mas foi à volta do inédito "Virgens que passais" (Ary dos Santos/Fernando Tordo), composta musicalmente entre o funk e o jazz, que a Censura atuou, sendo a canção impedida de passar na rádio, por causa do "macho decadente português". Sem que alguma vez houvesse menção a isso, pelo menos não li, a letra de Ary parte do verso inicial de um poema de António Nobre. Esta canção é a quarta do alinhamento de 11 temas que compõem o disco. Uma *virgem* que no alinhamento do disco antecede um "Canto franciscano", um "Cavalo à solta" e um "Amor vivo", não podia, desde logo, passar despercebida, porque faz parte desse conjunto sarcástico de títulos. Talvez a sequência não seja despicienda.

Enquanto isso se passava em Madrid, o júri de seleção interna da RTP via-se na contingência de pegar um *touro* pelos cornos e a "Tourada" passaria ao ecrã.

O Grande Prémio TV da Canção Portuguesa era muito popular junto de quem tinha um apreço crescente pela televisão e de certos cantores e autores. Não convinha beliscar esse público, pela importância da RTP para a promoção do regime junto dele.

A *ARENA* EM PORTUGAL

Por fora, nesse início de 1973, José Afonso preparava o álbum "Venham mais cinco", que seria gravado em Paris. Ele faz apelos à unidade, pois esta era necessária para lutar contra os males e para derrubar o regi-

FOTOS: INÁCIO LUDGERO

Censurar a "Tourada", que Fernando Tordo interpretou, seria pior para a imagem externa do regime. Letra da canção revelava o despudor com que Ary dos Santos (foto à direita) afrontava o poder

me que deveria "embalar a trouxa e zarpar", segundo um dos versos. Não era esse, porém, de todo o propósito de "Tourada", que queria romper com o status quo do regime político português, cantando por dentro do situacionismo.

Ary dos Santos expôs o país, os seus tipos sociais, as suas hipocrisias e as suas contradições. A canção era uma metáfora da decadência do regime e uma crítica direta ao Governo de Marcello Caetano: "Toureamos ombro a ombro as feras" e "com bandarilhas de esperança, afugentamos a fera" mostravam o despudor com que Ary afrontava o poder. E Fernando Tordo entra na música devagarinho, de camisola preta e jaqueta vermelha, cabelo frisado e olhar determinado, como um toureiro. A música e a letra crescem em gradação, como um ataque em catadupa ao quotidiano lusitano e ao poder instalado. No final, em suspensão, acusa o "Inteligente" de acabar com as canções e termina ensaiando uma pose de toureiro a pé, com bandarilhas empunhadas. Pelo menos durante aqueles três minutos, estivemos na "praça da Primavera". Depois da vitória é que os aficionados, por um lado, e as autoridades, por outro, despertaram. Porém, a decisão estava tomada. Não a levar ao Luxemburgo seria pior para a imagem de Portugal, já tão enfraquecida em termos internacionais.

Da mesma edição, "Carta de longe" (Ary dos Santos/Fernando Tordo) foi o Lado B do single "Tourada" e diz: "A morte não temo / Não tremo de medo / Que venha o silêncio / Que venha o degredo / Não serei cativo / Não direi segredo, vivo!" A intenção do autor de enfrentar a ditadura também está expressa nesta canção. Palavras também muito significativas. Sem censura!

A canção que se classificou em segundo lugar, "É por isso que eu vivo", outra letra de Ary, mas com música e interpretação de Paco Bandeira: "Eu sou a palavra lavrada e aberta / Eu sou a raiz / Eu sou a garganta de um homem que fala / E sabe o que diz / Eu sou o silêncio das trevas que penso / Das coisas que digo / Sou filho do tempo / Sou fúria do vento / Sou força do trigo". Sem censura!

E ainda havia "Gente" (3.ª classificada), por Duarte Mendes, que fala assim: "Gente que vive e sofre e faz / Trigo e amor com suor / Gente que espera e é capaz / De calar, de esquecer, de cantar outra vez" (José Niza, com música de José Calvário). Sem censura!

A forma metafórica foi o modo como os autores conseguiram passar as suas mensagens, através das cantigas de intervenção, com o objetivo de provocar impacto, não tanto para reação por parte das autoridades, mas para dar espessura ao envolvimento possível por parte do povo. Porém, o Grande Prémio TV da Canção Portuguesa tinha o mediatismo que convinha, mesmo com gente rebelde, enquanto na Emissora Nacional se mantinha a censura implacável.

Em 18 de fevereiro de 1973, o *Diário Popular*, com o apoio da Rádio Peninsular, abrira as suas páginas a uma mesa-redonda sobre o "tema do mês", nas vésperas da edição festivaleira, convidando o poeta Ary dos Santos, o produtor musical Hugo Loureiro e o cantor Paco Bandeira. O debate justificava-se pela curiosidade que já despertava o certame desse ano, onde se perfilavam canções e nomes cujo papel por vezes se confundia, porque alguns destes são simultaneamente músicos e poetas, poetas e cançonetistas, intérpretes e compositores. E havia as etiquetas discográficas, que lançavam cada uma das canções. No meio de tudo isto, a RTP funcionava como elemento catalisador. No caso desta mesa-redonda, eram os repórteres a promoverem o debate. É nele que Ary dos Santos revela que voltou para comunicar. À pergunta do jornalista do *Diário Popular* sobre se estes festivais contribuíam para o acrescento cultural, Hugo Loureiro refere os casos de "Canção de madrugar", "Cavalo à solta" e "Dentro da manhã", porque todos valiam pela parte poética e musical, temas a que Ary acrescenta "Desfolhada", "Verdes trigais", "Palavras abertas" e "A festa da vida". E, quanto aos públicos, dife-

rentes consoante o registo musical, Ary dos Santos é contundente:

> De resto, há uma grande confusão em Portugal entre dois conceitos que, quanto a mim, são diametralmente opostos: um, o povo; outro, a pequena-burguesia. O público que compra discos, em Portugal, que tem "pickup", que faz clubes de fãs do Gaby Cardoso, não é "povo" – é "pequena-burguesia". São as enfermeiras, as parteiras, as porteiras, etc. O povo é outra coisa. O povo é gente do campo, é gente das fábricas. É dessa gente que o Paco faz parte. Quando ele diz Alentejo, diz planície; quando ele diz planície, diz secura; quando ele diz secura, diz, às vezes, fome[2].

Portanto, uma "Tourada" noturna foi a novidade, um achado, a anormalidade deste certame. Foi isso que lhe deu a vitória, face às suas mais diretas "adversárias", estas com um cunho mais eurovisivo. Tanta novidade que "o público do Maria Matos e o júri nacional renhidamente combateram para que nela não recaísse o primeiro prémio"[3]. Ironicamente, podemos dizer que a RTP já "previra" uma tourada "sangrenta", pois garantira os serviços do médico José Chambel e das enfermeiras Deolinda Oliveira da Cruz e Maria de Fátima Figueiredo Abreu.

A revista Flama acompanhou a par e passo a saga festivaleira

Naquela "praça da canção", era mais um festival que terminara, com aplausos e apupos. No final da festa, Carlos Mendes passaria o testemunho a Fernando Tordo – "o sol, o vinho, as flores" ("A festa da vida") nunca faltam nas histórias de "Tourada". Os convidados acabariam na ceia do Gambrinus. A RTP ofereceu a todos os elementos do júri uma ceia no Hotel Lutécia. E tudo parecia acabar, ultrapassando-se a polémica.

Não, não acabou!

Ainda se pensou que a "Tourada" não viajaria ao Luxemburgo, não por interferência do Governo, mas porque a letra fora publicada na íntegra antes do prazo previsto pelo regulamento da Eurovisão. O imbróglio acabou por se resolver. Na imprensa, houve quem tentasse sensibilizar o povo português, antes da atuação no Luxemburgo, tal como *O Século Ilustrado*: "Quem está contra deve escrever para o Luxemburgo, esclarecendo todo o eurofestival [*sic*] que 'Tourada' não tem o seu apoio"[4].

Tordo não queria transformar aquilo na ressurreição da Padeira de Aljubarrota e Ary defendia que a sua arena era a sua terra[5]. Curiosamente, "É por isso que eu vivo" ganharia, em 1976, o "prémio para a melhor canção política" do XII Festival Internacional Orfeu de Ouro, realizado na Bulgária.

OITENTA PONTOS NA *FERIDA*

Nas vésperas do espetáculo no Luxemburgo, Fernando Tordo deixa escrito um recado, onde se pode ler:

> Não saio daqui, para o Luxemburgo, a pensar em vitórias; mas também não vou para lá a recear derrotas. É contra o meu feitio. Vou, apenas, tranquilo. Tranquilo e consciente de uma certa responsabilidade. Tentarei o máximo, mesmo que seja para atingir um mínimo: o importante é que se não esteja de braços cruzados, à espera de melhores dias. Se isto é ser um lutador – então, sou um lutador. Mas perfeitamente consciente das minhas fraquezas e da incapacidade de,muitas vezes, as poder transformar em forças.[6]

No próprio dia do espetáculo eurovisivo, em Portugal lia-se que, no Luxemburgo, se assistiria ao despique do "aluno" frente ao "mestre"[7] – Fernando Tordo e Cliff Richard –, já que, 15 anos antes, quando Tordo dava os primeiros passos na música, se inspirava em The Shadows, o grupo do cantor inglês, antecipadamente considerado o favorito do Grande Prémio Eurovisão da Canção, previsto para o dia 7 de abril de 1973, no Nouveau Théatre da cidade do Luxemburgo. O espetáculo foi difundido, em direto, para 21 países da Europa Ocidental e da zona mediterrânica e para sete países da Europa Oriental, ligados à Intervisão. Israel recebeu pela primeira vez a transmissão pelo satélite Intelsat, tal como a Turquia e o Japão. A nossa canção soaria bem longe. Os dois representantes portugueses no júri foram José Calvário e Teresa Silva Carvalho, "sequestrados" num hotel situado a cerca de 25 quilómetros, na estância termal de Mondorf-les-Bains.

"Tourada" apresentou-se no Luxemburgo apenas com uma alteração, já prevista: o corte da repetição final da letra para a fazer caber nos três minutos impostos pelo regulamento eurovisivo. E consta que a interpretação foi feita contra a opinião pessoal de Ary dos Santos, mas numa sugestão de sobriedade que lhe foi apresentada pelo chefe da delegação portuguesa.[8] E quase que a canção ficara sem chocalho, pois Vítor Mamede deixou-o no Aeroporto de Orly, em Paris, conseguindo, porém, outro em substituição.

Já tinham sido vendidas dez mil cópias de "Tourada", mas só no dia do espetáculo a imprensa luxemburguesa e a francesa lhe fizeram referência. Chamou a atenção a versão francesa que Tordo interpretou durante os ensaios, mas o júri não esteve presente. A canção foi referenciada como do mesmo estilo das canções de Bécaud: "Ora

tomem alguns toureiros e outros arruaceiros, mormente os do Coliseu dos Recreios" [9], escrevia-se na revista *Flama*.

Juan-Carlos Calderón, que conduziu "Eres Tu" (És tu), pela TVE, considerou a canção portuguesa "uma canção séria, cheia de alma", com uma letra "formidável". "Julgo que a 'Tourada' se irá ouvir durante muitos anos. O que não acontece, geralmente, com as canções vencedoras. Duram apenas meses". [10] Isto mesmo considerou a cantora israelita, Ilanit, que falava português pelo facto de ter vivido no Brasil, achando a letra forte e sincera: "Tive o cuidado de a ler com atenção e percebi que algo existe por detrás daquelas palavras"[11].

O Século Ilustrado chegou a exortar: "quem está contra" que se manifeste

Importa registar esta curiosidade. Depois do que havia sucedido nos Jogos Olímpicos de Munique, esta edição eurovisiva foi marcada pela tónica da segurança, devido a ameaças terroristas por parte de grupos palestinianos contra Israel. Em aparato policial, no Luxemburgo, quem ganhou foi Ilanit, mas em Lisboa também houve polícias e cães à caça ao *tordo*.

A polémica canção espanhola (2.º lugar) foi acusada de plágio, pois sugeriu-se que, musicalmente, era uma cópia da que representara a Jugoslávia em 1966, "Brez besed" (Sem palavras), interpretada por Berta Ambro□. Apesar das acusações, a canção não foi desqualificada, sendo que houve opiniões no sentido de colar a decisão a razões políticas, pelo facto de a Espanha de Franco ter mais poder do que a Jugoslávia de Tito. E, pelos vistos, mais força do que Caetano. Para os espanhóis, a não-vitória de "Mocedades" terá sido (quase) tão triste como a morte de Picasso, nessa mesma noite.

Houve promoções que despenderam verbas avultadas, em festas e receções nos melhores hotéis, restaurantes ou boates (Irlanda e Holanda), ou mais originais, como a representante finlandesa, que convidou os restantes para uns momentos de sauna, que Tordo e Ary aproveitaram, além da distribuição de material ilustrativo de cada canção e intérprete, por parte de todos os concorrentes.

Fernando Tordo apresentou-se de fato azul, talvez pouco a condizer com a "festa" e o cenário. No fim, não tanto os "dólares" de que fala a canção, mas os marcos, francos, libras e outras moedas sobrepunham-se ao escudo. Para os autores portugueses, o importante era mostrar aos outros que tipo de canção estava a ser feita e quais as maiores preocupações. Tordo considerou a canção muito útil, especialmente pela controvérsia que gerou.

Dos prazeres da carne de "Desfolhada" (1969) à intrépida "Tourada" (1973), assina-se a oposição com a voz da liberdade e, ao mesmo tempo, eleva-se a qualidade das canções a concurso. No final desse ano, foi gravado o *single* com o tema "O Café" (Ary dos Santos/Fernando Tordo), que é uma canção alegre e mordaz, como se as diferentes personagens que compõem o quotidiano de Portugal se sentassem a uma mesa.

Destas canções reza a história, mesmo as canções não-vitoriosas lá fora, mas que, nas suas entrelinhas, souberam acertar passo com as mais inflamadas e mediatizadas cá dentro. Assistiu-se ao confronto entre o conservadorismo e a modernidade. O Grande Prémio TV da Canção Portuguesa foi um dos palcos. Depois, no ano seguinte, a poucas semanas da mudança porfiada, "E depois do adeus" apresentou-se intemporal, pela sua qualidade melódica e poema de amor, mas depois tornou-se datada, por ficar para sempre como senha de um marco histórico de mudança que, paradoxalmente, antecederia o mais politizado festival de sempre (1975), em pleno processo revolucionário após o golpe militar de 25 de abril de 1974, data que, mais tarde, serviu de inspiração para os criadores portugueses e até para políticos de outras geografias do mundo. JJ

---

1) O autor dedica-se ao estudo do fenómeno eurovisivo, há uma década, tendo criado o termo "Eurovisiologia" para integrar o estudo científico e transdisciplinar desta temática. Além de textos de opinião em jornais e revistas, publicou: "Grande Prémio TV da Canção" / Tít. da capa: "Portugal e a Eurovisão: 50 anos de canções (1964-2014)" (Edição do autor, 2014); "Festival RTP da Canção. Uma história de 50 Anos (1964-2014)" (Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2014); "A cultura eurovisiva: Canções, política, identidades e o caso português" (Lisboa: CLEPUL, 2015); "Portugal 12 pts. Festival da Canção" (coautoria de João Carlos Callixto, Lisboa: Âncora Edições, 2018); "Política cá dentro e turismo lá fora. Uma década de festivais da canção na imprensa (desde o ano em que Portugal quis a Lua, 1969-1979)" (Lisboa: CLEPUL, 2019); "Festivais da Canção: Brasil e Portugal: música, revolução e cruzamentos" (1964-1975)" (coautoria de José Fernando Saroba Monteiro & José d'Assunção Barros, "História, cultura e política no mundo lusófono", vol. 2, organizado por Rodrigo Santos de Oliveira, Michelle Vasconcelos Oliveira do Nascimento, São Paulo: Liber Ars, 2021).

2) *Diário Popular,* 18-2-1973, p. 8.

3) *Rádio & Televisão*, 3-3-1973, p. 9.

4) *O Século Ilustrado*, 3-3-1973, p. 2.

5) Cf. *Diário Popular*, 2-4-1973, capa e p. 6.

6) *Tele Semana*, 6-4-1973, p. 48.

7) *O Século Ilustrado*, 7-4-1973, p. 2.

8) Cf. *Rádio & Televisão*, 21-4-1973, p. 37.

9) *Flama*, 6-4-1973, p. 31.

10) *Ibid*.

11) *Flama*, 20-4-1973, p. 29.

Hernâni Santos (1942-2023)
UMA REFERÊNCIA MORAL

Foi correspondente de agências e da BBC. Dirigiu jornais, que sabia fazer melhor do que ninguém, chefiou redacções com um sentido agudo de justiça. Da rádio à televisão, Hernâni Santos não deixou ninguém indiferente. Cinco instantâneos na carreira de um grande jornalista.

Gonçalo Pereira Rosa

Mundial de 1966. Eusébio dá nas vistas e chama todo o tipo de aventureiros. Uma marca de lâminas de barbear quer patrocinar o craque, mas não há ainda empresários, nem advogados. Eusébio não fala inglês. Pede ajuda a um calmeirão que se desenrasca bem em Londres (trabalha então para a BBC e para a Associated Press). Hernâni Santos negoceia por ele. Arranja-lhe dinheiro. Não escreve sobre o tema para não criar invejas em Lisboa, nem atenção das finanças. Minutos depois, com os bolsos cheios, Eusébio volta ao *hall* do hotel. Reencontra Hernâni Santos. "Acho que podíamos ter extraído mais aos tipos, pá. E o Coluna também acha que sim". Primeira lição: os craques do mundo podem ter pés de barro.

Munique, 1972. Um repórter desportivo do *Diário de Lisboa* monta uma das grandes trapaças do ano. Faz-se fotografar numa fila da aldeia olímpica, logo atrás do campeão olímpico Valery Borzov. No instante exacto do disparo, faz uma pergunta inócua ao soviético. Pela fotografia, parece uma conversa. O redactor envia para Lisboa uma sensacional entrevista, inventada do princípio ao fim. O jornal publica e só descobre a trama dias depois. Hernâni Santos, um dos responsáveis do jornal, dá uma bronca épica ao infractor, mas não o despede. Sabe por experiência própria que a pena capital não se justifica à primeira ofensa.

Lisboa, 1979. O *pivot* Mega Ferreira congela perante as câmaras de televisão. Apresenta então o programa de notícias da RTP 2, uma aposta directa da direcção de Informação de Hernâni Santos, e fica largos segundos parado, em silêncio. É um embaraço num canal que ainda está a provar a sua razão de existência. Dentro e fora da estação, pede-se a cabeça do jornalista, com alegações até de colaborações de Mega Ferreira com os serviços marcelistas. Hernâni defende-o apesar das pressões. No jornalismo, mandam os jornalistas. Pouco depois, é Hernâni quem bate com a porta na televisão pública. "Não pactuo com filhos da puta", dirá.

Goa, 1980. Vassalo e Silva regressa ao local onde se rendera duas décadas antes. É uma cerimónia de reconciliação entre o novo poder democrático português e o regime indiano. O tom, porém, é azedo. Numa cerimónia inqualificável, Vassalo e Silva é condicionado a pedir desculpa à Índia, em nome de Portugal, por ter servido Salazar. Um embaraço diplomático. Só um jornalista está lá com coragem para documentar o caso – Hernâni Santos, pelo *Expresso*. "Dá trabalho ter sorte", dirá muitas vezes.

Castelo Branco, 1981. Um contacto no mundo da espionagem britânica avisa Hernâni Santos de que um homem condenado por traição durante a II Guerra Mundial está vivo em Portugal. A equipa do *Tal & Qual* descobre-o em Castelo Branco. É um discreto professor de liceu. A redacção e os jornalistas envolvidos no episódio debatem longamente a oportunidade de publicar a história para poupar o espião nazi ao enxovalho público. "Publicamos os factos, o público fará juízos morais" – arbitra Hernâni Santos. A história sai. Como sempre saíram as histórias de Hernâni Santos, jornalista corajoso, chefe inesquecível e referência moral em tempos em que estas nos faltam. JJ

Hernâni Santos no comando das operações

Bruno Neves (1937-2023)

"NASCIDO" NA REVOLUÇÃO

A "Revolução de Abril" mudou a vida de Bruno Neves. Disse ao pai que não queria mais casamentos e batizados. E seguiu a carreira de repórter-fotográfico "na rua". Sempre com um olhar de busca e inquietação.

Luiz Humberto Marcos *

A máquina fotográfica não era um brinquedo nas suas mãos. Mas manejava-a com o prazer febril de quem, curioso e intranquilo, busca sempre a novidade. E não poderia haver melhor novidade do que a queda da ditadura e o abrir dos cravos nas espingardas.

Sim, foi este o batismo de Bruno Neves na reportagem fotográfica. O fotógrafo que borbulhava dentro dele, desde criança, transformou-se. O impacto do golpe do MFA e, sobretudo, a torrente que encheu ruas e praças no dia 25 de abril de 1974, tornou imparáveis os disparos. Ao pai, com quem trabalhava desde os 11 anos numa casa fotográfica do Porto, disse apenas: "adeus, não quero mais casamentos e batizados, vou prá rua". E nos rolos foram ficando imagens únicas dos múltiplos momentos históricos que a "Revolução dos Cravos" trouxe, há cerca de 50 anos. Esta singularidade fez dele um dos principais "repórteres de Abril", juntamente com Pereira de Sousa e Ricardo Pereira, no Porto, e Alfredo Cunha, Eduardo Gageiro e Inácio Ludgero, entre outros, em Lisboa.

JAIME SERÔDIO

Bruno Neves foi um dos principais "repórteres de Abril"

Com ele fiz várias reportagens para o *Diário de Lisboa*. Sempre de humor afiado, o Bruno tinha a inquietude, a argúcia e a sensibilidade dos grandes repórteres. O Jornalismo corria-lhe nas veias, ativado pelos sentimentos de generosidade e de combate às injustiças que o 25 de Abril instigou.

Para Bruno Neves, o essencial não eram as máquinas fotográficas, mas sim o olhar com que captava as cenas. Esse olhar está vertido nas centenas de fotografias de caráter social que fez em "ilhas" e bairros do Porto. Esse olhar que fixa, interroga e inquieta ficou bem patente na exposição "As Crianças da minha Sé", aberta na estação de S. Bento (junho de 2022) e prolongada até agosto na Universidade da Maia e no Instituto Multimédia, numa dimensão polinucleada. Foi a última exposição preparada com ele.

Divertido e de coração largo, Bruno mostrou como um tripeiro de gema – sem travão nos gestos e no calão – sabe trazer a genuinidade do "Porto histórico" para a narrativa fotográfica. Algumas das fotos remetem-nos para Doisneau, ou mesmo para Manoel de Oliveira, que tanto filmou na Ribeira.

O seu olhar de busca e inquietação fez dele um dos grandes repórteres de ciclismo. Por isso foi premiado. Outra distinção especial recebeu do futebol. É dele a famosa fotografia do golo de calcanhar de Madjer, que deu a vitória da Taça dos Campões Europeus ao FC Porto, em 1987, em Viena. A foto foi considerada uma das quatro "mais famosas do desporto português" (a par de outras sobre Eusébio, Carlos Lopes e Rosa Mota).

Muitas histórias ficaram por contar. Mas fica para a história um jornalista que pedalava ao lado dos mais fracos. "O 25 de abril não se fez para esta merda!" – o calão do desencanto. E assim sofria o genuíno "repórter de Abril". Sabia e disse-o: "Vou ter saudades minhas quando morrer". JJ

** Investigador (CECS/UM) e professor na Universidade da Maia*

Antero Nunes (1931-2023)
HUMOR NO OLHAR

Começou como colaborador de jornais humorísticos e acabou como jornalista e professor. Depois de mais de 40 anos ligado à RTP e de duas décadas dedicadas ao ensino, Antero Nunes continuava a sonhar aos 92 anos.

Luiz Humberto Marcos *

Quem o conheceu de perto – sobretudo os estudantes – levou dele a capacidade de ver a realidade pelo lado do humor. Antero Nunes inicia-se nos textos de humor com 17 anos. E esta veia humorística entra depois no jornal *Os Ridículos* (anos 1940), em *A Bomba* e, mais tarde, nos Parodiantes de Lisboa. Sobretudo na sua vertente impressa: o *semanário Parada da Paródia* é disso testemunho, entre 1960 e 1962. Antero do Quintal (pseudónimo) apresenta semanalmente uma página "à moda do Porto". Com esta particularidade: inclui sempre desenhos de Miranda, célebre caricaturista que viria a notabilizar-se nas páginas do *Jornal de Notícias*.

Em "À moda do Porto", Antero mostrava-se atento aos principais temas/problemas da cidade. Alguns deles crónicos, como o trânsito, os buracos, os transportes públicos, a insalubridade. O humorista, que já trabalhava como operador de televisão (antes do Jornalismo), mostrava aí a sua veia jornalística nas abordagens que fazia, com o Carnaval e o S. João de permeio. Há humoristas sisudos, mas Antero não era desses. Gostava de respirar e sentir a vida pelo seu lado melhor: o do humor. Muitas vezes sub-reptício, escondido na ironia fina, era a matriz da sua forma de ser.

Sorridente, com o sentimento de quem segue os ideais de uma vida saudável, confiava nos valores da liberdade, igualdade e fraternidade. Generoso, tinha espírito associativo. Partilhar fê-lo integrar-se no CFJ – Centro de Formação de Jornalistas e no Instituto Multimédia, a cujos órgãos diretivos pertenceu. Como jornalista, ficou à sua conta um registo singular sobre a sede da PIDE no Porto, logo a 26 de abril de 1974. Nos últimos anos, já aposentado da RTP, fez várias reportagens sobre as atividades do Museu Nacional da Imprensa (MNI), designadamente sobre o PortoCartoon, que acompanhou desde a primeira edição, em 1999. Registou o trabalho de vários artistas como Wolinski, Dálcio, Paulo Caruso, Cau Gomes, David Vela, Xaquin, Miranda e Sam, entre tantos outros.

Pedagogo singular, deixou a sua chama, o espírito inquieto e perscrutador, em muitos dos seus alunos, hoje profissionais em várias estações de televisão e produtoras, no Porto e em S. Tomé. A semente que se deixa é sempre a melhor marca da vida que se viveu. As suas características de personalidade encaminham o seu nome para um belo acrónimo.

Em 2006, na PortoCartoon, que acompanhou desde a primeira edição

A, de autenticidade
N, de nobreza (de caráter)
T, de ternura
E, de entusiasmo
R, de resistência
O, de otimismo.

Foi com este otimismo que Antero prometeu, poucos dias antes do "adeus", a 27 de janeiro: "Quando me sentir com mais forças, ligo-te para fazermos aquela gravação..." Qual? – perguntarão os leitores. A história da sua vida contada por ele mesmo (como acontecera com Manuela de Azevedo, há mais de 20 anos, em Lisboa, quando os dois gravámos uma entrevista que motivaria o livro "Uma mulher de letras" e permitira o ressurgimento daquela escritora e jornalista, aos 95 anos...)

Foi também este otimismo que o levou a sugerir-me, há meses, no MNI, um projeto com textos da sua autoria e desenhos de Onofre Varela. Em novembro, numa assembleia-geral, também apresentara uma boa série de ideias. A idade não lhe travava os projetos. Acreditava plenamente neles. Na sua viabilidade (mesmo que fossem inviáveis!!).

Sonhava com projetos. Com humor no olhar. JJ

* *Investigador (CECS/UM) e professor na Universidade da Maia*

António Cartaxo (1934-2023)

PARTILHAS MUSICAIS E OUTRAS COISAS MAIS

Entre a paixão pela música clássica e o gosto de dar notícias. António Cartaxo, que dedicou 40 anos da sua vida à estação pública, foi um multifacetado radialista.

Paulo Martins

"Falo para todos e é assim que acho que a rádio deve ser. Falo com grande naturalidade e até com descaramento de certas coisas, sem lhes dar nomes estranhos que as pessoas desconhecem". Seria esta declaração, proferida em entrevista ao *Jornal i* em 2012, uma síntese da vida de António Cartaxo, não fosse outra vertente emergir, tão marcante como a sua dedicação de quatro décadas à divulgação de música clássica: a passagem pela BBC, como jornalista, entre 1962 e 1976.

O radialista nasceu na Amadora em 1934. A condição militar do pai impôs itinerância à família, mas o miúdo que aos 7 anos trauteava canções republicanas ensinadas pelo progenitor estudou em Lisboa. Aos 16, já conciliava escola com trabalho. Licenciou-se em Filologia Germânica na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, onde exerceria a docência durante 20 anos.

Um anúncio da BBC no *Diário de Notícias* muda a sua vida, em 1962. Sem experiência, de rádio ou de Jornalismo, o timbre de voz favorece-o. Não por acaso no ano em que eclodiu a guerra colonial, a secção portuguesa da rádio pública britânica reata as emissões em onda curta, interrompidas em 1957. Integrado na equipa, Cartaxo alia o gosto de dar notícias sobre o país de origem, incluindo a do assassínio de Humberto Delgado, à fruição cultural de uma Londres fervilhante, em contraste com o Portugal de então, cinzento e oprimido.

JAIME SERÔDIO

Cartaxo conquistou o prémio Gazeta de Jornalismo de Rádio em 1987

Na BBC, que acolheu na década de 1970 outros portugueses, como Joaquim Letria, Jorge Ribeiro e António Borga, faz reportagens e entrevista cantores de intervenção. Chega, em certo sentido, a "meter a mão na massa": em janeiro de 1972, grava nos estúdios da BBC o disco "País de cravos, país de cardos", com música da sua autoria e letra de António Borga, atual presidente da Casa da Imprensa. "País de cravos": eis um nome premonitório, como fez notar, quando a TSF assinalou o 50.º aniversário da gravação.

Após o 25 de Abril, começam as fricções. A BBC distinguira-o em 1973 com um *special award* pelas suas realizações radiofónicas, mas não perdoa acusações de censura sobre noticiário relativo ao período pós-revolucionário. Ele e Jorge Ribeiro são alvo de um processo que segue para tribunal e acaba em despedimento, como contam em "BBC versus Portugal. História de um despedimento político" (1977). Cartaxo evocará de novo o episódio em 2009, noutra das suas obras, "Quase verdade como são memórias". Em 1976, apresentam-se os dois ao concurso aberto pela RDP no âmbito dos 150 anos da morte de Beethoven, com o guião que daria origem a "Você gosta de Beethoven?". O programa, em que eram entrevistados operários da Sorefame sobre a música do homenageado, vence o concurso pró-música da Rádio Budapeste.

O nome do radialista ficará associado a programas históricos da Antena 2 e da Antena 1, um dos quais, "Grandes Músicas", seria (re)convertido para televisão, na RTP-N. A série "António Cartaxo – 40 anos de programas" prestou-lhe, em 2016, a devida homenagem, após décadas de paixão pela rádio, partilhada com os ouvintes. "Eu gosto da forma como faço os meus programas, contando as minhas histórias de música e procurando tirar o máximo partido do som que a rádio possibilita", disse em 2010 à Agência Lusa o prémio Gazeta de Jornalismo de Rádio, de 1987, atribuído pelo Clube de Jornalistas. JJ

A equipa, pequena, tem de ser multifacetada

COMPROMISSO DE DAR VOZ AO INTERIOR

Marta Pires e Sara Cunha * Texto
A Voz de Trás-os-Montes Fotos

As dezenas de jornais nas paredes que acompanham o longo corredor d´*A Voz de Trás-os-Montes* (VTM) exprimem, com diferentes cores e recordações, os muitos anos de atividade do semanário transmontano que está a assinalar 75 anos de existência. Monumentos, feiras, gastronomia. Boa parte da identidade da região está ali retratada, bem como os problemas que persistem no interior. A dificuldade em marcar uma voz relevante no país, relativamente aos grandes centros, e o despovoamento, por exemplo. Estes problemas podem manter-se, mas a forma como se faz Jornalismo mudou. Em ritmo apressado, silencioso e à volta dos ecrãs.

A redação da VTM não fica muito longe do centro de Vila Real. São cinco minutos até ao coração da cidade, na longa Avenida Aureliano Barrigas, junto a uma clínica e habitações residenciais. Lá dentro, o frenesim que se ouve nas escadas de soalho que dão acesso à redação denuncia

Redação localiza-se perto do centro de Vila Real

a missão mais básica do jornal: fechar a edição a tempo e horas. E tudo começa com uma rotina. Às dez horas da manhã, os 11 membros da equipa vão chegando e, aos poucos, ocupam a redação. Muitas vezes, não sabem quando o dia termina; depende sempre da atualidade. É nesta sala espaçosa com uma mesa comprida que o trabalho se desenvolve. Duas jornalistas surgem animadas e prontas para encarar o dia com energia. No piso superior deste edifício, o cheiro a papel domina o gabinete da direção comercial que, em poucos segundos, se torna silencioso. Apenas o som dos cliques dos ratos, do arrancar de uma impressora, do tique-taque do relógio de parede e de uns leves suspiros se fazem ouvir.

Por norma, o planeamento do jornal começa à quinta-feira, quando se trata de toda a estratégia para, no dia seguinte, ser definida a publicidade em função do número de páginas. É neste dia que se sabe o número de planos de cor e se faz a distribuição pelas secções. É de extrema importância, neste processo, o equilíbrio entre a informação e a publicidade, de forma a garantir uma edição sustentável economicamente. É um puzzle difícil de montar. Só depois deste plano se organiza a equipa e se publicam as notícias no site.

Como o jornal tem de estar nas bancas à quarta-feira de manhã, a segunda-feira é um dia exigente. Habitualmente, é enviada a cada um, por e-mail, uma lista das tarefas a desempenhar, mas todos na redação da VTM sabem que é preciso otimizar recursos: "temos consciência, cada vez mais, de que temos de saber um bocadinho de tudo. Não somos muitos e, quando é necessário, temos de ser multifacetados. Eu, desde a limpeza até à área do vídeo, da paginação ou do design, faço o que é preciso fazer. Não se perde nada por isso, ainda que isto só aconteça porque temos necessidade de potenciar recursos", reconhece o diretor, João Vilela.

Fechar o jornal em cima da atualidade parece ser desafiante. Enquanto uns estão concentrados nas tarefas que procuram terminar, uma das jornalistas ainda contacta fontes de informação para obter a identificação da vítima de uma tragédia que ocorreu na semana anterior. Após

ESPAÇO DE ESTUDANTES

O propósito desta secção é abrir as páginas da JJ às atividades da Associação Repórteres em Construção, que reúne docentes universitários, encarregados da supervisão das peças, e estudantes da área do Jornalismo. A parceria procura cumprir dois objetivos: aproximar os jovens que desejam ser jornalistas da realidade do setor, familiarizando-os com práticas e rotinas profissionais, e abordar realidades distintas, cuja diferença pode residir nos meios de comunicação envolvidos, nos seus contextos de atuação ou no grau de implantação nas regiões onde estão sediados.

uma tentativa, sem sucesso, de diálogo com o comissário da PSP, procura respostas através de agências funerárias e documentos oficiais. Tanto procurou que conseguiu a confirmação que ansiava.

Nota-se na redação uma certa afinidade entre a equipa, até mesmo com o diretor. Não há formalismos. Um bom exemplo deste vínculo é o facto de se ouvir muitas vezes "Oh, João...", quando é necessário consultar o responsável pelo jornal. É o bom ambiente de trabalho que constrói, como recorda Lurdes Esteves, que trata da gestão de assinaturas. Lurdes lembra o que aconteceu em 2014, quando o jornal encerrou temporariamente: "na altura, chorámos muito, começámos do zero. Trouxe o meu portátil de casa, uma secretária e uma cadeira". Foi um período difícil. "Eu gosto de ação! Estar sentada numa cadeira à espera que algo aconteça não é para mim", completa a colega Fátima Ferreira, administrativa do jornal. Ambas se referem a esta casa como uma família. "Passamos mais tempo com as pessoas daqui do que com as de casa", confessa Fátima.

A sustentabilidade do negócio jornalístico é a pergunta que vale um milhão de euros e à qual ninguém consegue responder com exatidão. Nos dias que correm, angariar publicidade é uma tarefa árdua, ao contrário de outras épocas em que o jornal era o único meio para anunciar e, por isso, eram os cidadãos a procurar o jornal e não o inverso. "Para as pessoas, a publicidade é supérflua, não está em primeiro lugar. Se houver uma crise, é mais difícil haver anunciantes", constata Fátima. Daí que se ouçam muitas respostas negativas.

Lurdes e Fátima têm quase 40 anos de casa e, apesar do grande entusiasmo que revelam ao falar dos tempos passados, é com nostalgia que recordam as várias peripécias que viveram. Os textos manuscritos e a máquina de escrever são realidades que conheceram de perto. "Tínhamos de levar os cestos com os jornais até aos CTT e, se nos atrasássemos, o jornal já não saía", recorda Fátima.

Os ecrãs tornam fácil o acesso, mas complicaram o negócio. A migração para o digital e as novas tecnologias provocaram uma queda substancial de assinantes e leitores, e exigiram que o jornal se modernizasse. A internet não veio mudar o Jornalismo, mas impulsionar novas formas de informar. Uma tarefa para a qual só as próximas gerações podem ajudar a encontrar respostas. Perante esta realidade, o diretor d'*A Voz de Trás-os-Montes* acredita na geração que começa agora a entrar no mercado de trabalho. Para João Vilela, "ainda há esperança" para o Jornalismo que se vai fazer no futuro.

Entretanto, o dia avança e as reuniões sucedem-se. O planeamento e a paginação estão sempre na fina linha das revisões. Tudo tem de estar alinhado para fechar a próxima edição da VTM. O dia começou cedo, mas termina já de madrugada. São quase duas horas da manhã. A equipa, por fim, abre a porta do edifício e respira o mundo com o qual se compromete diariamente. As notícias nunca terminam, mesmo que a porta encerre o dia e a rotina. JJ

** Alunas do 2.º ano da licenciatura em Ciências da Comunicação da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, orientadas pelo docente Fábio Ribeiro.*

ESCALADA DOS 75 ANOS

A *Voz-de Trás-os-Montes* é um semanário regional sediado em Vila Real e com delegação em Chaves. Foi fundado a 9 de novembro de 1947, por iniciativa do bispo da Diocese de Vila Real, António Fonseca, em colaboração com o padre Henrique dos Santos, adquirindo o título de semanário em janeiro de 1948.

Até à data em que celebrou 75 anos, foi distribuído pelas regiões transmontanas, pretendendo informar, particularmente, a população vila-realense e brigantina, todas as manhãs de quinta-feira. Desde 2022 que esta rotina se alterou e o jornal chega agora às bancas um dia mais cedo, às quartas-feiras.

Em dezembro de 2014, passou a ser editado pela empresa Letras Dinâmicas, Lda., sendo alvo de mudanças, nomeadamente a nível estrutural, com novos conteúdos, novo design e um projeto de Jornalismo mais arrojado, de modo a que a comunidade não ficasse impedida de aceder a este órgão de comunicação, considerado por muitos essencial para a vida desta região.

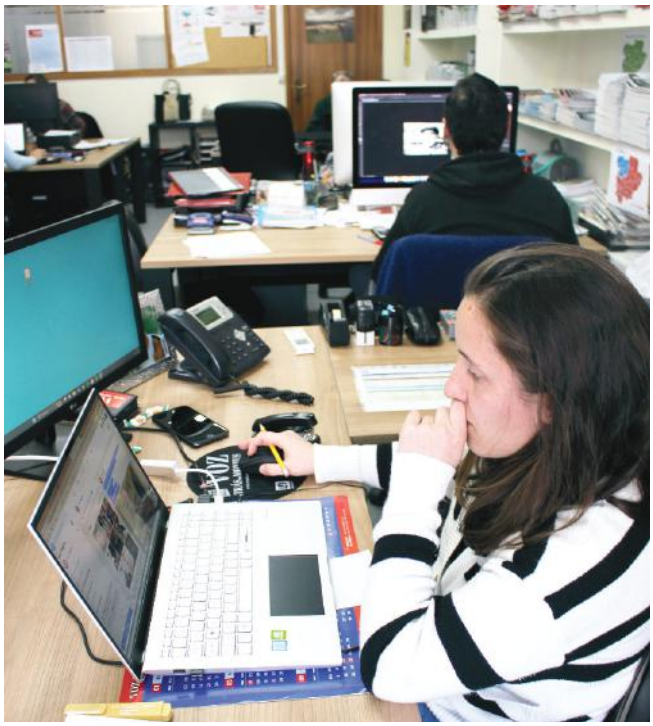
Face aos novos desafios que a evolução das tecnologias tem vindo a impor aos jornais, principalmente os locais, *A Voz de Trás-os-Montes* tem apostado no site e noutros produtos informativos, mais concretamente edições especiais, cujos leitores acolheram de braços abertos.

"A EQUIPA TEM HOJE UM TRABALHO REFORÇADO"

João Vilela desempenha o cargo de diretor do jornal *A Voz de Trás-os-Montes*. Ainda antes de se licenciar em Comunicação Social, foi colaborador na área do desporto e informação local. Ao longo do percurso, fez parte da equipa do *Jornal de Notícias*, durante 11 anos. De seguida, encarregou-se da direção-geral da Letras Dinâmicas, em simultâneo com a atual função.

Como chegou a diretor do jornal *A Voz de Trás-os-Montes*?
Fiz parte da empresa que retomou *A Voz de Trás-os-Montes* em 2014, enquanto sócio, gerente, e depois, numa perspetiva mais prática e funcional, enquanto diretor-geral. Em 2018, o diretor saiu e, a partir daí, passei a acumular a função de diretor do jornal com a de responsável global da empresa. Diria que foi um processo natural, que em termos práticos, desde que aqui cheguei, sempre assumi.

Qual foi o momento mais desafiante pelo qual passou desde que assumiu esse cargo?
De momento poderia citar alguns, mas o mais particular foi, claramente, o que se viveu durante o período da Covid-19. Principalmente no início, quando nós tínhamos saído de um ano extraordinário como foi 2019, em que demos seguimento a alguns projetos que estavam pensados há algum tempo. De março de 2020 até abril desse ano, foi complicado, porque não sabíamos para onde íamos, como íamos e com quem íamos. Equacionámos parar o jornal, porque nesse período não sabíamos o que ia acontecer. Ficámos, como é evidente, sem publicidade e tivemos de tomar algumas decisões complicadas. Foi um desafio enorme e o período mais complexo e conturbado. Os meses seguintes também, mas esse mês e meio foi o mais difícil.



Diretor acredita que edições em papel não vão desaparecer

Onde foi buscar forças para continuar com o jornal? Qual foi a motivação?
Honestamente, não sei. Mas houve, desde início, uma certeza: nada seria feito sem conhecimento deles [da equipa]. Estaríamos todos no mesmo barco e seguiríamos sempre o mesmo trajeto, fosse ele qual fosse. Foi a expectativa de que "isto vai passar". A minha preocupação maior foi a questão de a empresa ter de arranjar alguma alternativa face à situação. Trabalhámos nesse sentido, batalhámos na procura dos apoios, de alternativas. O jornal nunca parou, não parou literalmente um dia que fosse, quer no online quer no papel. Fomos trabalhando no sentido de "vamos ultrapassar isto, mas, antes disso, vamos cumprir a nossa função e o nosso papel, que é informar numa situação tão difícil".

A aposta no digital tem vindo a mitigar o impacto no jornal convencional?
Não. O nosso negócio principal continua a ser o papel. O digital continua a não ser sustentável, mas sabemos que temos que lá estar e que temos de continuar a investir. A equipa, nomeadamente os jornalistas, neste momento tem um trabalho reforçado, porque antes escrevia para o papel, para uma edição semanal e, neste momento, tem de escrever todos os dias, com a obrigação de produzir trabalhos diários para o digital e para a edição em papel. O digital é uma porta aberta para o mundo que nos permite, rapidamente, dar notícias, procurar informação, responder a dúvidas. Mas podemos perguntar: "e as receitas?". É verdade que as receitas têm vindo a subir, mas são muito residuais e não há nenhuma fórmula de sucesso. Aqui entram os baixos índices de leitura, o desinteresse das pessoas e a questão cultural de que para se consumir notícias não se tem de pagar. Estes fatores não vão mudar rapidamente nos próximos anos. Por isso, tenho muitas dúvidas se teremos bons anos para a comunicação social em Portugal. Acredito que as edições em papel não vão desaparecer em breve, mas as vendas vão diminuir e o digital continuará a não responder a esta quebra.

LUÍS AFONSO
"AGARRO-ME COMO UMA LAPA AOS FACTOS"

Eugénio Alves e Paulo Martins Texto **Inácio Ludgero** Fotos

A conversa flui no *habitat* do cartunista, em Serpa. Luís Afonso discorre sobre as suas diversas frentes de trabalho. Há 30 anos a viver exclusivamente da profissão, exprime uma certa obsessão com o rigor jornalístico. "Quando tenho a ideia na cabeça, o 'boneco' está feito", afirma o autor da tira mais antiga do país ("Barba e Cabelo", n'*A Bola*), que também produz cartunes para o *Público*, o *Jornal de Negócios*, a RTP e a Antena 1.

Jornalismo & Jornalistas – Tens um disco rígido que conserva 10 mil desenhos. Já ultrapassaste certamente os 10 mil...

Luís Afonso – Claro que sim! Foi em 2000 que o criei. Já há muitos anos!

Não estás cansado, não te apetece fazer outras coisas?

Não. Todos os dias faço isto.

Também já tens livros publicados.

Os livros de ficção libertam-me um bocado a cabeça, que está toda ocupada com a atualidade.

São uma forma de descanso…

Os meus cartunes são a propósito de um acontecimento, a propósito de factos. Os livros de ficção são a despropósito. São ideias que me saem da cabeça e preciso de pôr no papel, de uma forma não jornalística. Quando faço os cartunes, não consigo martelar as coisas. Fico muito ligado aos factos, ao que aconteceu mesmo. E só a partir do que aconteceu é que faço o meu comentário, é que eu deixo a minha interrogação. Não construo o facto sobre os factos.

A ficção dá-te mais trabalho?

Pode dar mais trabalho, mas é diferente. Constrói do zero, mas também estás livre, no sentido de que se te apetecer pôr ali algo que não existe, pões. Daí ser ficção.

No encontro na Casa de Imprensa [realizado no âmbito da exposição sobre a obra de Luís Afonso], falaste da angústia na escrita dos livros.

Há alguma angústia… Eu não me assumi como escritor. Quando tens uma coisa na cabeça e vais pô-la no papel, dá um certo trabalho. Há certas roupas que não te servem. Se escreves uma frase que soa um bocado literária… Porra, não és tu, Luís! Tenho de simplificar a escrita, para ser uma coisa menos pomposa. Dá mais trabalho simplificar as coisas. Se sinto que há ali frases que soam bem demais, tiro-as.

Isso na ficção. No cartunismo, agarras-te aos factos como um jornalista se deve agarrar.

Agarro-me como uma lapa aos factos. Não adapto os factos à ideia que eu tenho. Não sou ativista. Ou fazes ativismo ou fazes Jornalismo. Quando não estou a fazer Jornalismo, posso ser ativista. Se fores um bom jornalista, consegues, obviamente, ser rigoroso e objetivo, mesmo sendo ativista. Mas para as pessoas a perceção será sempre negativa. Tu és um gajo impecável, mas vão ler as coisas que escreves – tens o teu nome ali – tendo em conta que és ativista.

Sentes o cartunismo como outra linguagem jornalística, com os mesmos princípios?

Claro que sinto! Sou jornalista.

Tens dito que não te sentes humorista, que nem gostas da expressão humorista.

Não. Posso fazer coisas com humor. Num trabalho [jornalístico] sobre humor e política, para o *Público*, perguntaram-me se a informação pode ter humor. Pode. Podes fazer informação com humor, mas a informação tem de ser informação. Humor é outra coisa. O humorista pode informar? Pode…

Mas não é informação jornalística.

Aí é que está! O humorista pode fazer uma operação? Pode, desde que seja cirurgião. Fui operado no ano passado. Por acaso, preferi que fosse por um cirurgião. Os jornalistas são a classe mais suicida que eu conheci até hoje. Só mesmo malta deslumbrada, como são os jornalistas, é que imagina os cidadãos-repórteres. Cidadãos-repórteres, olha que giro! São gajos que não têm de obedecer à ética jornalística, que não têm código deontológico nenhum. Então há cidadãos-cirurgiões? Há cidadãos-advogados?

Vulgariza-se a ideia de que qualquer pessoa pode ser jornalista.

Exatamente. É por isso que são suicidas. Estamos a desprestigiar a nossa profissão. Imagina o cidadão-arquiteto. Temos aqui uma obra, está aqui esta planta. Quem é que fez a planta? Este cidadão-arquiteto. Os arquitetos não aceitam isso. Então por que se aceita uma notícia feita por um cidadão-repórter? Está tudo maluco!

Não usas nenhuma rede social.
Se toda a gente fosse como eu, o gajo do Facebook estaria a trabalhar noutra coisa qualquer, não estaria a gozar do rendimento de quem anda a fuçar naquela merda. Isso [as redes sociais online] não me interessa nada. Dizem-me que destilam uns ódiozinhos. Há tempos, o [repórter-fotográfico] Bruno Portela disse-me que uma coisa que fiz n'A A Mosca…
Estava a alimentar as redes sociais.
Era um cartune até muito inócuo, a propósito do episódio do teatro [ato de ativismo protagonizado pela atriz transexual Keyla Brasil]. Até defendia o trabalho dos atores transexuais, que podem desempenhar um papel em qualquer peça; fazer de Napoleão Bonaparte, se lhes apetecer…
Não usas redes sociais, mas reconheces que a importância do digital, da tecnologia, para o teu trabalho é fundamental.
Uma coisa é uma coisa, outra coisa é outra coisa, como costumam dizer mentes iluminadas. O cannabis tem uma série de propriedades fantásticas. Não precisas de te viciar. O que me irrita nos jornais é que alimentas "uma coisa que se tornou viral nas redes sociais". O Costa e outros políticos fazem comunicações pelo Twitter. Se os jornalistas tivessem tomates a sério, aquilo já tinha mudado. Era ignorar completamente! Então o primeiro-ministro faz uma comunicação ao país numa rede privada? Vamos supor que eu sou primeiro-ministro e faço uma comunicação no Futebol Clube de Serpa, que funciona aqui como sendo o Twitter. A comunicação é supostamente ao país, mas só os sócios do clube ouvem. Não pode ser!

"Podes fazer informação com humor, mas a informação tem de ser informação. Humor é outra coisa"

Por isso é que dizes que as pessoas estão um bocadinho mais parvas?
Eu acho que estão. Confundem informação com opinião; não conseguem distinguir. E estamos a falar das chamadas gerações mais qualificadas de sempre! São gajos que se atiram e mordem logo. Além do título de uma notícia...
Não há reflexão, não há racionalização…
Os jornais têm muita culpa disso. Deslumbram-se com as novas tendências, com o que é *sexy*. E a malta vai atrás.
Recentemente, falaste da sorte em teres vindo parar a Serpa.
Uma sorte do caraças ter-me libertado dessa vida a que seria forçado se tivesse continuado em Lisboa. O convívio diário cria atritos.
Fazes a mesma coisa aqui. Do ponto de vista funcional, nada se altera?
Nada! Se estivesse a viver em Alcântara, ao pé do *Público*, não ia levar os cartunes. Até não dá jeito. Envio da mesma maneira. Acresce o facto de que aqui tenho internet mais rápida do que lá, porque tem menos pressão. Já nem me recordo do último problema que tive.
E não tens nenhuma dificuldade de acesso à informação para o teu trabalho.
As fontes que tenho aqui são as mesmas. Antigamente sim, havia uma grande diferença, porque jornais e revistas estrangeiros só chegavam a Lisboa. Agora, se quiseres, lês o *New York Times* aqui como em qualquer lugar.
Vives da atualidade, tens de estar sempre a acompanhá-la.
Sim. Quando saio de Serpa – por exemplo, de férias – nunca faço nada antecipadamente. Pode acontecer qualquer coisa que vai lixar o trabalho feito, porque deixa de fazer sentido. Vou sempre com o equipamento, telemóvel e uma mochila, onde levo dois computadores.
Nunca te libertas da profissão. Envias sempre diretamente, nunca ouves a opinião de alguém?
Da Margarida [esposa], quando tenho alguma dúvida. Mas consigo libertá-la dessa estucha, porque sou o gajo mais crítico de mim próprio. Consigo estar cinco minutos a olhar para a coisa e depois sentir que não fiz aquilo. Consigo ser até cruel com o que fiz. E apago, jogo fora…
Explica lá como é que um cidadão que teve negativa à Desenho se torna um mestre do cartunismo.
Tive várias vezes negativa a Desenho, porque não percebia a perspetiva, no sentido literal. Não percebia o porquê de algumas coisas. Pediam-me para desenhar uma paisagem e o que é que eu fazia? Fazia assim a casinha e escrevia [desenha no ecrã do computador vários espaços e escreve neles as palavras verde, azul e amarelo] Levava nega! Pergunto: por que iria desenhar com lápis de cor uma coisa que na minha cabeça estava verde? É como agora: quando tenho a ideia na cabeça, o "boneco" está feito. A partir daí, é cansaço.
Tomas notas, de repente, sobre algo que achas que vale a pena tratar?
Tenho as coisas apontadas no Iphone, que sincroniza tudo. Às vezes, acordo a meio da noite com ideias. A partir do momento em que tenho a ideia, está feito. Materializá-la é diferente. Quanto mais esse pedaço for reduzido, melhor. Chego a estar uma ou duas horas a pensar na coisa e depois em dez minutos faço. A animação não é assim.
Já vamos à animação. Chumbavas a Desenho e cursaste Geografia. Conta lá como vieste parar ao cartunismo.
Eu já já fazia "bonecos" antes da universidade. Um dia, no bar da Faculdade de Letras, um gajo disse-me que *O Diário* tinha um suplemento para a malta nova. Fui lá e publiquei a primeira banda desenhada – a primeira e única, muito má, coisa de puto. Quando fui buscar os originais, perguntaram-me se queria fazer cartunes. Foi o Miguel Serrano que me convidou. Não tinha escola nenhuma, nem ligação ao jornal do Partido Comunista. Uma vez fiz uma capa de um suplemento com o poema do Zeca Afonso "Traz outro amigo também". Não é que o Miguel Urbano embirrou? O Zeca Afonso estava proibido n'*O Diário*, porque não era amigo do partido. Eu não sabia. Outra coisa que não podias fazer era "marrar" nas Forças Armadas e na Igreja Católica. E esta?

Portugal tem uma história rica de cartunismo e de jornais humorísticos, mas poucos se podem gabar de viver disto, como tu vives há 30 anos.

Sim, mas eu faço várias coisas. Não conseguia viver disto se tivesse só uma.

Mas é tudo cartunismo; é a tua atividade.

Tenho o *Público* [Bartoon], *A Bola* [Barba e Cabelo], o *Jornal de Negócios* [SA] e A Mosca [na RTP e Antena 1]. Se tivesse só uma, não conseguia. Na América, um gajo que só tem uma tira, com algum sucesso, vive disso.

Chegaste a ter exclusividade n'*A Bola*, certo?

Tive, mas era professor de Geografia aqui em Serpa; só ia lá a sexta-feira. Tinha o meu salário, a minha carreira – a colaboração n'*A Bola* dava outro tanto. Quando fui para o *Público*, em 1993, já eram três ocupações. Desisti de ser professor. Por um lado, foi bom. Por outro, perdi o contacto com outras pessoas, passei a trabalhar muito sozinho a casa.

É curioso teres sido por duas vezes convidado para colaborar noutros jornais, ires preparado para dizer não e acabares por aceitar.

Exatamente. Para o *Público*, foi o Vicente Jorge Silva. Ia preparadíssimo para recusar, porque causa do contrato de exclusividade com *A Bola*, mas depois pensei que até gostaria. Com o *Jornal de Negócios* foi a mesma coisa. Numa reunião com o Sérgio Figueiredo, mostram-me uma maqueta do jornal com o Bartoon, já paginado na última página. Disse: "O Bartoon? Não vou sair do *Público*, nem pensar!". "Então, tens de inventar uma coisa qualquer". E eu: "*A Bola* e o *Público* são muitos diferentes! Aqui não; há muita coisa de política que se mistura com a economia e vice-versa". O Sérgio pega no telefone e liga, à minha frente para o José Manuel Fernandes [então diretor do *Público*] e comunica: "Olha, o Zé Manel não se importa". Saí com dia marcado para começar. O Sérgio arranjou-me uma série de livros de Economia para ler. Ele sabia que eu iria, que seria mais forte do que eu. Começo a fazer o SA numa perspetiva intemporal, mas em pouco tempo passo a fazer sobre atualidade da economia.

Como geres esses registos todos? Já vamos falar d'A Mosca, que é diferente. Acordas de manhã e dizes: esta ideia vai para aqui, aquela para ali?

Começa pelas horas. Bom, n'*A Bola* será mais fácil, não é? Cartune sobre desporto é para *A Bola*. Com os outros três: o primeiro a fechar é o *Jornal de Negócios*. Uma ideia, sobretudo na área da economia, preferencialmente uma notícia que tenha apanhado no site do jornal, avança. Penso assim: "na perspetiva deste jornal, o que faz atualidade, que é aquilo de que se alimenta?" Essa perspetiva influencia até a forma como abordo os temas. Por exemplo, eu posso dizer: "o CEO da Lufthansa..." e os leitores sabem muito bem do que falo. No *Público*, um jornal mesmo assim para pessoas muito letradas,

tenho de indicar que é o presidente executivo. Se por alguma razão quiser mesmo escrever CEO, tenho de pôr entre vírgulas, depois, presidente executivo. Tens de ter respeito pelas pessoas e não partir do princípio de que sabem isso.

Tens de pensar no público-alvo de cada um dos órgãos.

Exatamente. E depois é a questão dos formatos, das dimensões. Por exemplo, informação geral. N'A Mosca e no Bartoon, há temas que podem coincidir, mas se precisam de mais tempo, de respirar um bocadinho mais, vão para A Mosca. Se são coisas mais gráficas, mais secas… A Mosca não consegue sobreviver com algo assim. Tive de me habituar a fazer aquilo. É um registo completamente diferente. Vês A Mosca na televisão ou ouves na rádio. A chave daquilo que te dá a "boca", a *punchline* – não gosto de expressões inglesas – não pode surgir logo no princípio, porque pode acontecer que quanto começa a ser emitida passa. Tens de "encher" cinco ou dez segundos com um "preâmbulo". E, muitas vezes, até é necessária uma segunda personagem, que repete com uma pergunta o que outra diz. Pronto. Estão as condições reunidas para desenvolver a história. É uma técnica completamente diferente da usada no Bartoon, em que o leitor tem a tira na mão – e não no ecrã – e é senhor do seu tempo. Mas pode haver outras subtilezas.

Do ponto de vista tecnológico, não te coloca problema nenhum.

A Mosca é muito complicada. É talvez a tarefa mais ambiciosa que tenho. Porque funciona com som e imagem, na televisão; só com a imagem – se estiveres a ver no computador com o som desligado, consegues perceber na mesma, porque tem os balões – e só com o som, se estiveres na rádio.

Fazes versões diferentes.

Não. É a mesma coisa. O trabalho que dá é imaginar como funciona de três formas diferentes. Uma quando tem as outras duas; só com imagem ou só com o som. Não sei se haverá mais cartunes deste tipo; acho que é inédito. Dá-me um gozo do caraças fazer uma coisa que não se fez! É uma situa-

"Os jornalistas são a classe mais suicida que conheci até hoje. Só mesmo malta deslumbrada, como são os jornalistas, é que imagina os cidadãos-repórteres. Há cidadãos-cirurgiões? Há cidadãos-advogados?"

ção complicada de gerir, porque escrevo e sei que vai ser reinterpretado. Não tenho contacto diário direto com as pessoas que fazem as vozes. Aliás, elas não têm contacto umas com as outras. O Edgar Canelas grava sozinho no Algarve e as outras personagens também gravam sozinhas. Depois, aquilo é misturado.

Disseste na entrevista à Ana Sousa Dias, incluída no catálogo da exposição na Casa da Imprensa, que em vez de os cartunes se prejudicarem uns aos outros, ajudam-se. Desenvolve lá essa ideia.

É pá, puxam uns pelos outros! Porquê? Na pesquisa, começo pel'A Mosca, que tem de ser feita de manhã. À hora de almoço, envio o texto para gravarem o som. A animação é feita ao fim da tarde. Às oito da noite, no máximo, está preparada para emitir no dia seguinte. Fazendo um parêntesis: na animação, não posso ter subtilezas gráficas que sejam fundamentais para a perceção da piada com imagem, porque não vão funcionar na rádio.

Até podem causar ruído, digamos assim, na receção.

Exatamente. Tenho de fazer uma animação neutra. Vou mostrar-vos [exibe no ecrã do computador a base para executar A Mosca]. Disto que aqui está, só a parte a branco é utilizável. Tudo o que for introduzido no que está vermelho, vai ser tapado na televisão; só se pode usar a parte central. Quando os bonecos falam uns com os outros, quem está a fazer a animação tem de saber onde ficam as legendas. Isto limita muito.

Dizes que começas por aí.

Ah, como é que se ajudam uns aos outros! Para A Mosca, pelo facto de começar a esgravatar mais cedo, vou começando a ter ideias: esta não dá para A Mosca, vai para outro cartune. Mas está preparada. Uso muito o programa [informático] Evernote. Seleciono a notícia que quero, tenho um *plugin*, clico, e passo para o outro computador. Crio uma "bolsa de ideias", em pastas. Umas notícias são mais intemporais, outras são as "últimas". Vês? Já aqui está o Putin. Hoje, só tenho de fazer dois bonecos e ainda não tenho ideia nenhuma. Quando estão prontos, passo a célula a verde; ponho a cinzento o que foi enviado. Isto é para me orientar. É um trabalho de sacar a informação; vou a vários sites. Há jornais que são muito... voluntariosos. Que têm muita vontade de que certas coisas aconteçam. Mas será que aconteceram? Tenho de ir ver se aconteceram mesmo.

Tens dito que o teu humor, os teus cartunes, não funcionam por embirração. Não é por embirrares com alguém que os fazes.

Quando estou a fazer um cartune, tenho de perceber se é factual, se assenta num facto ou se, pelo contrário, vem da minha embirração com a pessoa. Se for este o caso, não faço.

Tens esse filtro para ti próprio. Muitas vezes, até tens umas piadas em que o Sporting leva por tabela.

Quantas vezes! Tenho de me separar disso. Aliás, tive sempre mais problemas com os adeptos do Sporting do que com os do Benfica. O sportinguista habituou-se durante muitos anos a não ganhar nada. E alimenta-se de conspirações, de que o Sporting é vítima. Fazem coisas levadas da breca! Uma vez, passei pela rua Jardim do Regedor, onde era a sede do Benfica, e alguém me viu. E enviou fax – isto foi no século passado – a dizer que havia provas de que eu era pago pelo Benfica. Estou a falar sério! Esqueceu-se que no fax vinha a identificação do remetente, uma repartição de Finanças. O gajo, em vez de atender os contribuintes, estava a escrever um "à atenção do diretor d'*A Bola*"!

Recebes pressões como qualquer outro jornalista.

Várias. Desse género, no desporto, é sempre pior. Tive uma ou outra situação. De gajos que estão na comunicação de algum partido ou que querem chamar a atenção para uma coisa qualquer. E eu obviamente mando para canto. Não ligo…

Isso também significa que reconhecem o impacto que pode ter uma tira.

Sim. Quando o Rui Cardoso Martins fazia os textos do "Contra-informação", os políticos telefonavam a perguntar quando teriam um boneco deles próprios.

"As pessoas confundem informação com opinião; não conseguem distinguir. E estamos a falar das chamadas gerações mais qualificadas de sempre!"

Quando estás a trabalhar ouves uma musiquinha?

Não, não consigo. Se puser música, fico com atenção à música. Não consigo fazer as duas coisas ao mesmo tempo. Talvez porque ache que a música é importante. Alguém a produziu, alguém a interpretou. Faz-me confusão trabalhar sem lhe prestar atenção. Rádio e televisão também não dá; fico preso às conversas. Não consigo!

Na tua tribo, tens algum continuador?

Tenho um [filho] que trabalha comigo, faz a animação d'A Mosca. É o mais velho. Também não está aqui. N'A Mosca, estão todos separados.

Manuel Carvalho, diretor do *Público*, disse no depoimento sobre ti, para a exposição, que não tens "amarras a qualquer ortodoxia". Sentes que as pessoas percecionam isso?

Acho que toda a gente percebe que não tenho ligação a nada. Estou livre de tudo. E "marro" em tudo. Se alguém disser uma barbaridade hoje, posso até

concordar com ela. Mas não faço cartunes para concordar com as pessoas. Raramente dou a minha opinião. Coloco dúvidas, questões. É mais dúvidas do que exprimir opinião. Porque eu não sou muito opinativo, sabes?

Apresentas propostas à reflexão, não é?

Sim. O Bartoon de hoje acaba com uma pergunta. É uma provocação, assumo isso.

Os cartunistas são, por natureza, provocadores, no bom sentido.

É verdade. Ninguém está à espera de ver os cartunes do António [cartunista do *Expresso*] como peças humorísticas. Não são. São contundentes, o que é completamente diferente. A confusão é gerada pela mistura de dois conceitos de cartune, as *comic strips* anglo-saxónicas, tipo Snoopy – as chamadas tiras para a família, que ocupavam as últimas páginas – e os cartunes editoriais, que vinham na primeira parte do jornal, nas secções de política, de sociedade. Na Europa, tivemos sempre mais a tradição dos cartunes editoriais.

Como o Gordji, no *Le Monde*, que surgia na primeira página.

Sim, do Plantu. O que tinhas cá na última página eram as *comic strips*, muitas delas vindas dos Estados Unidos. Com o tempo, as coisas foram levando um caminho. E até, por exemplo, a ascensão do humor noutras plataformas – na televisão e na rádio – gerou uma obsessão com o humor.

"Raramente dou a minha opinião. Coloco dúvidas, questões. É mais dúvidas do que exprimir opinião. Porque eu não sou muito opinativo"

Num artigo recente na JJ, Carlos Brito, que trabalhou no *Le Monde*, afirmava que nos jornais – e, sobretudo, nas revistas – o desenho de imprensa está em extinção. No fundo, tu és mesmo um resistente, porque aqui ainda se mantém.

Quando o António deixar o *Expresso*... Quando essa malta deixar de fazer o cartune editorial, só de um desenho, não sei como vai ser substituído. Perdeu-se esse hábito. É engraçado que as minhas tiras, que são editoriais, saem num espaço que noutros tempos era ocupado por tiras para a família. Quando transferiram o Bartoon lá para o meio do jornal, houve uma grande guerra de leitores. Na altura, alguns, escreveram que o Bartoon sempre esteve na última página. A força que tem aparecer na última página é tanta que já nem se lembravam do tempo em que não aparecia.

Foi um grande desafio substituíres o Sam?

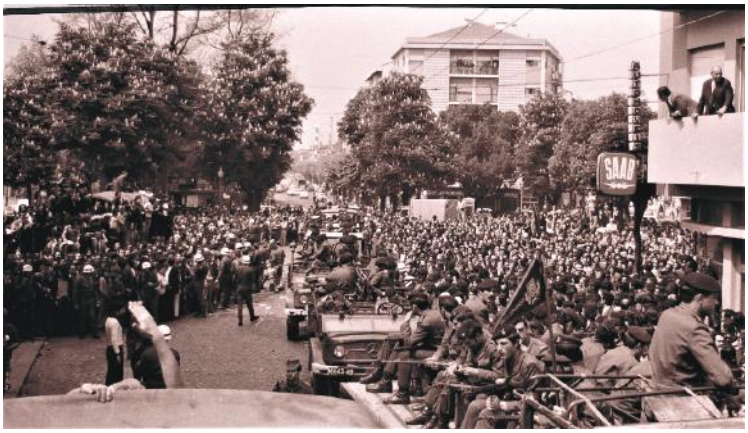
Tanto foi que eu não criei nenhum um personagem novo, mas uma situação, o Bar Tuno, por onde passariam vários personagens. Se fosse o Barman Felício, por exemplo, perderia sempre na comparação com o Guarda Ricardo, que tinha deixado de ser publicado. É óbvio que, ao fim destes anos, o próprio barman transformou-se numa personagem. Substituir alguém que já está implantado é sempre complicado. O Guarda Ricardo era de uma relevância total. JJ

JAIME SERÔDIO

REPÓRTER DE **ABRIL**

Bruno Neves A fotografia da libertação da resistente antifascista Virgínia Moura da sede da PIDE no Porto é mais icónica, mas não a única que tornou Bruno Neves um dos "repórteres de Abril", nessa qualidade premiado pela Sociedade Portuguesa de Autores. Aqui apresentamos uma seleção das imagens desse momento histórico da carreira do fotojornalista natural do Porto, falecido em janeiro, que foi vasta e multifacetada. Passou pel'*O Primeiro de Janeiro*, *Norte Desportivo*, *República*, *Diário de Lisboa*, *Expresso*, *O Jornal*, *Sete*, *O Diário*, *Norte Popular*, Agência ANOP, *Jornal de Letras* e *O Jogo*, onde foi editor. Três vezes distinguido pelo CNID, cobriu 19 vezes a Volta a Portugal em Bicicleta. Realizou seis exposições individuais e integrou dezenas de outras. Imagens suas estão presentes em diversas publicações, designadamente sobre a Região do Douro – Património Mundial. Foi dirigente sindical.

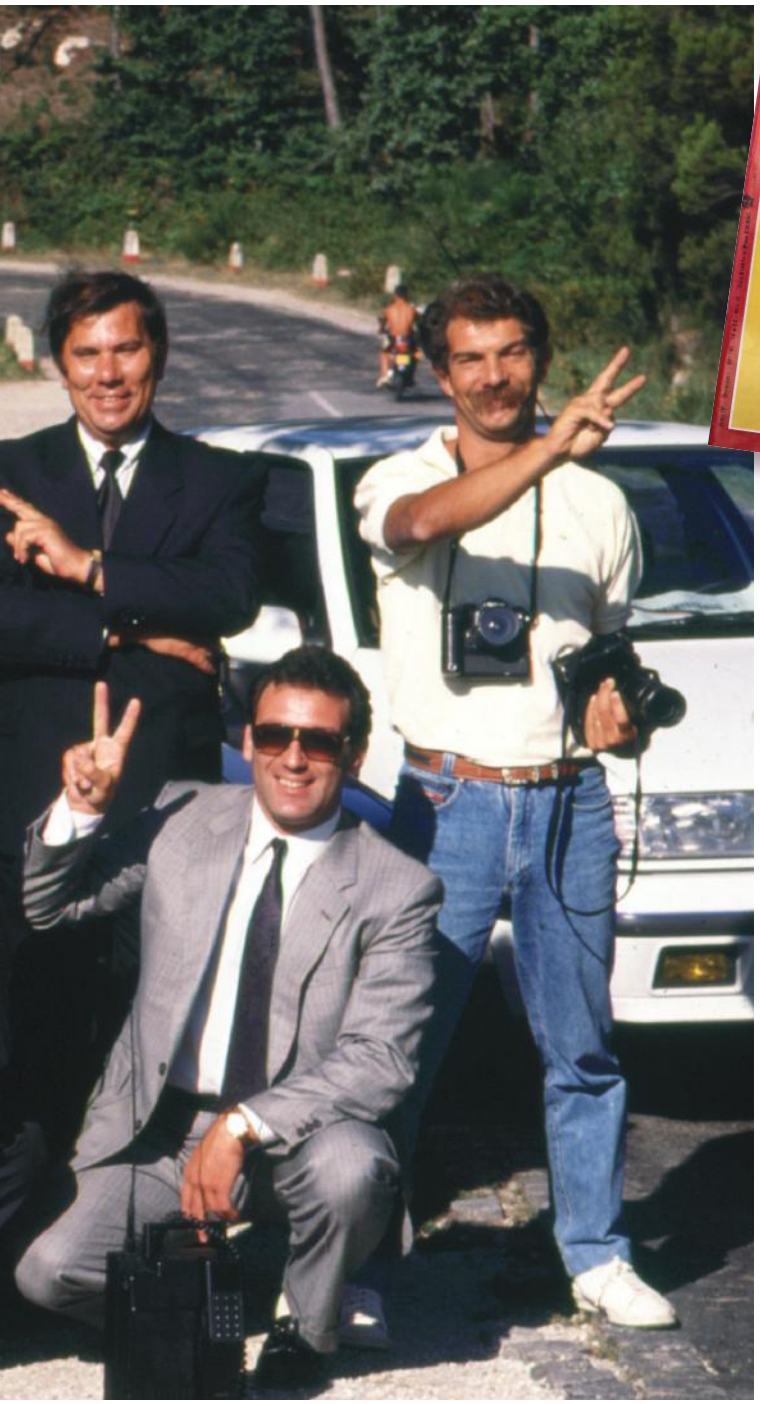
RUA
DO
HEROISMO



AQUI VAI
H. TENREIRO
O LADRÃO DOS
PESCADORES

A FARSA DO MINISTRO ALMEIDA FERREIRA

No Verão de 1991, a revista *Sábado* criou um dos mais memoráveis pseudo-eventos da modernidade em Portugal. Durante cinco dias, um falso ministro visitou feiras, estaleiros e mercados, comprovando que a liturgia do poder é persuasiva



Praticamente toda a equipa de reportagem: na primeira fila, da esquerda para a direita, Paulo Freitas da Veiga, Maria João Vieira, Jorge Peixoto, Patrícia Reis, Francisco Azedo e José Carlos Pratas; na fila de baixo, Tiago Gomes Pedro, José Paulo Fafe, Pedro Nunes e José Manuel Delgado. Augusto Baptista captou a fotografia

A capa da edição da *Sábado* de 16 de Agosto de 1991

Gonçalo Pereira Rosa Texto **José Carlos Pratas** Fotos

Arcos de Valdevez está em festa nesta sexta-feira, 9 de Agosto de 1991. O concelho celebra a primeira Expovez, feira de produtos agrícolas e gado bovino. Só uma pequena nuvem tolda a felicidade local: não foi possível contar com a presença de Faria de Oliveira, ministro do Comércio e do Turismo, apesar dos insistentes pedidos feitos a Luís Marques Mendes, então secretário de Estado da Presidência do Conselho de Ministros. A sorte, porém, está a mudar.

Um Lancia Thema estaciona na praça principal, logo seguido de um Lancia Delta e de um Renault 9. Do interior, precipitam-se onze personagens, como formigas, em movimentos coreografados e dramáticos. Dois agentes à paisana apressam-se a vigiar as imediações. O chefe de segurança, de *walkie-talkie* na mão e óculos escuros, comanda a operação. As máquinas de dois repórteres fotográficos disparam freneticamente a partir do momento em que a porta do veículo dianteiro se abre e de lá emerge um homem jovem, imaculadamente vestido, de barba aparada e olhos impecavelmente azuis. É o ministro *Almeida Ferreira*.

A comitiva avança para a feira e rapidamente se apresenta às autoridades locais. O ministro mostra-se interessado nas virtudes dos legumes a concurso e nos exemplares de gado em competição. Cumprimenta os vencedores e conforta os vencidos do concurso pecuário de raça barrosã. Numa barraca de feira, propõem-lhe que dispare dois ou três tiros. *Almeida Ferreira* não se faz rogado. É saudado pela população. Minutos antes, fora cumprimentado por um arcoense que, depois de apresentado, lhe dissera: "Ah, que cabeça a minha… Pois claro, ainda a semana passada o vi na televisão". De seguida, é saudado pelo vice-presidente da autarquia, da mesma cor política do partido do Governo. "É um prazer", balbucia atrapalhado

No estaleiro da auto-estrada Campos-Penafiel, o ministro toma contacto com os planos da Brisa

o autarca, sob o peso da honra de conhecer um dos membros do Governo.

Parece um dia normal na vida de um político em visita ao país real, não fosse o chefe de gabinete do ministro, envergando um magnífico fato branco de linho, ter pisado em cheio o excremento de um dos exemplares bovinos a concurso.

De súbito, o ministro é convidado a falar ao microfone e a dirigir algumas palavras à população. Passa-lhe um ligeiro sobressalto pela face, mas é salvo pela sua adjunta, que lhe sussurra a informação de que tem uma chamada urgente do primeiro-ministro para atender. *Almeida Ferreira* pede desculpa e volta ao carro. No conforto das viaturas, os membros do grupo sorriem. A farsa continua de pé.

A PREPARAÇÃO

Uma semana antes, na redacção da *Sábado* na Rua Newton, à Penha de França, em Lisboa, a ideia partira do cérebro travesso de Joaquim Letria. O fundador da revista exercia então funções no Conselho de Administração presidido por Vasco Esteves Fraga. Apesar de lançada três anos antes, em Junho de 1988, a *Sábado* entrava na sua quarta encarnação. A equipa fundadora preparara uma revista semanal como nunca se fizera em Portugal e não poupara custos. Na redacção, escrevem figuras como Luís Delgado, Carlos Fino, Constança Cunha e Sá ou João Carreira Bom. Eduardo Gageiro dirige a fotografia. O cartoonista António satiriza o país todas as semanas. "Uma das páginas semanais era montada pela crónica de Carreira Bom e com um *cartoon* do António. Um luxo!", lembra Wilton Fonseca que, pouco depois, integra também a direcção.

Letria começara a pensar no projecto depois de desafiado por um grupo de investidores de peso, com interesses no sector dos automóveis, da hotelaria e… da política. A aventura, porém, tem solavancos. Um ano mais tarde, apesar de tirar mais de 50 mil exemplares por semana, a direcção é alterada e Miguel Sousa Tavares convidado a dirigir a revista em Setembro de 1989. O jornalista aguenta apenas seis meses. Em Março de 1990, Letria é convidado a regressar ao papel de administrador com o pelouro editorial. Wilton Fonseca dirige brevemente a revista e, no Verão de 1991, o administrador Vasco Fraga assume a direcção nominal, entregando o poder real a dois editores – João Mendes e José Paulo Fafe. É o último esforço para encontrar um filão que justifique economicamente a publicação.

É nesse contexto que ocorre a reunião de redacção que dá origem a esta história. Letria lera um artigo na revista *Actuel* sobre um jornalista que vestira a pele de um falso bispo e enganara as paróquias francesas que visitara. "Pensei que poderia resultar cá também se tivéssemos cuidado", lembra Letria. "Não poderia brincar com a igreja nem gozar com as populações. Rapidamente chegamos à conclusão de que, no Portugal cavaquista, a solução ideal seria inventar um ministro".

O inevitável beijinho às crianças no mercado do Bolhão, no Porto

Como num projecto do Dr. Frankenstein, a revista cria então a figura de *Almeida Ferreira*. Inventa-lhe um ministério inexistente, o do Equipamento Social, e não tem de procurar muito para encontrar, nas fileiras da redacção, a personagem ideal. Jorge Peixoto, hoje redactor do *Tal & Qual* e então editor da *Sábado* no Porto, tem o perfil certo. "Eu não poderia aparecer, claro", lembra Letria. "E o Jorge tinha a figura certa, muito sóbria, muito tecnocrata. Foi fantástico para aquele papel."

José Paulo Fafe coordena a partir daí toda a operação, depois de convencidos os velhos do Restelo de que o projecto é exequível e não apenas uma extravagância. A administração liberta verbas mesmo sem saber se o falso ministro aguentará mais do que alguns minutos no seu difícil papel. E definem-se rapidamente os papéis. Irão três carros – um Lancia Thema alugado, igual aos carros dos ministros de então – o Alfa 1; um Lancia Delta do próprio Fafe para transporte dos seguranças – o Alfa 2; e um Renault 9 preto para transporte doa assessores e dos repórteres da *Sábado* que, acompanhando o ministro, dará credibilidade à encenação – o Alfa 3. "O tema era simples", lembra Fafe. "Era a liturgia do poder. Quisemos provar que, com algum aparato e encenação, as pessoas acolheriam uma figura pública porque, na verdade, não conheciam os membros do próprio Governo. Chamámos-lhe *Almeida Ferreira* porque nos pareceu um nome profundamente cavaquista".

A equipa de reportagem é constituída por onze pessoas. Alguns, como o motorista da *Sábado* Francisco Azedo, os repórteres fotográficos José Carlos Pratas e Augusto Baptista e a jornalista Patrícia Reis, não têm de vestir outra pele. Os restantes assumem novas identidades: Jorge Peixoto é *Almeida Ferreira*, o ministro que, como escreverá Patrícia Reis, "sabe a diferença entre um *whisky* de malte e uma bebida banal", diz-se "biologicamente independente", distribui "bem-hajas" a toda a hora e, sobre o seu primeiro-ministro, diz apenas que "Cavaco é Cavaco".

Fafe assume o papel de *subchefe Freitas*, responsável pela segurança, o que lhe permite decidir em cada momento o curso da operação. O arquivista Tiago Gomes Pedro faz de motorista do terceiro automóvel. Maria João Vieira é assessora do ministro e Paulo Freitas da Veiga faz de chefe de gabinete. E há ainda dois agentes de segurança: o *agente Mota* é José Manuel Delgado, então redactor de Desporto; e o *agente Nunes* é Pedro Nunes, na altura integrado na secção de informática da revista (a primeira aliás a informatizar-se em Portugal) e hoje conceituado treinador de hóquei em patins. Levam alguns adereços: sirenes, *walkie-talkies* e, numa das escalas, apropriam-se de uma raqueta para orientação do trânsito.

O plano de visitas, esse, é vago. "Não se decidiu nada em Lisboa", lembra José Carlos Pratas. "Metemo-nos nos carros, ainda fomos comprar uma gravata ordinária para o Tiago numa lojita da Avenida Almirante Reis, semelhante às que os motoristas de então usavam, e foi tudo decidido ao sabor do momento."

DOIS TESTES

No Pedro dos Leitões da Mealhada, no dia 7 de Agosto, Fafe decide que o centro de operações será em Braga. Regressarão todos os dias ao mesmo hotel e nenhuma acção será conduzida na Cidade dos Arcebispos, mas falta testar a confiança e atrevimento de todos. O primeiro calafrio ocorre à chegada ao Porto. "Havia uma fila enorme na portagem dos Carvalhos", lembra Fafe. "Saí do carro com o *agente Nunes* e comecei a desviar os carros à nossa frente, dizendo apenas 'é o senhor ministro, o senhor ministro'. E aconteceu algo espantoso: os carros desviaram-se. Cheguei à portagem e disse ao funcionário que tínhamos ali o ministro do Equipamento Social. Levantou logo a cancela e eu percebi que a missão poderia correr bem".

Na viagem para norte, o *agente Mota,* pouco familiarizado com a mecânica avançada, destruíra o turbo do Alfa 2. Fafe decide então resolver o assunto e, ao mesmo tempo, fazer novo teste. "À entrada do Porto, havia uma casinha da GNR. Pedi para encostarem o carro e entrei no posto. Estavam lá quatro ou cinco motociclistas. Anunciei que o carro-escolta do senhor ministro partira o turbo e que precisava que nos guiassem até uma garagem. E os guardas obedeceram".

Com estes dois testes, a equipa de reportagem ganha confiança. "A partir daí, fomos sempre mais longe.

Momento importante: em Arcos de Valdevez, o vice-presidente da Câmara desfaz-se em cumprimentos ao ministro

Desafiávamo-nos para novas ousadias", lembra Fafe. "Com a raqueta de trânsito, divertíamo-nos a parar em qualquer engarrafamento e a orientar o trânsito para o senhor ministro poder passar. Embrenhámo-nos tanto nos papéis que, em Vila Verde, o Augusto veio queixar-se muito sério de que o *agente Nunes* o impedira de fotografar o ministro e que assim não se podia trabalhar. Fiquei a olhar para ele com uma vontade súbita de dar uma gargalhada".

Faltava, porém, o derradeiro teste. Como se comportaria o ministro?

ESTALEIROS, FEIRAS E MERCADOS

No estaleiro do troço da auto-estrada Campos-Penafiel, ninguém espera visitas de gala. A obra está em curso para a inauguração próxima, mas *Almeida Ferreira* decidiu aparecer de surpresa. Entra pelo estaleiro, anunciado pelo aparato das sirenes e das lâmpadas de emergência. Um engenheiro apressa-se a mostrar ao ministro os planos da obra. Grato, *Almeida Ferreira* explica que "é obrigação de todos os governos fazer uma coisa destas. Tem de ser." É apresentado ao responsável da Brisa e cumprimenta operários. "O Jorge tem o perfil ideal para isto", diz Fafe. "Nunca se descose e arranjou umas frases ocas que repetia a todo o momento: 'O país conta consigo', 'bem-haja', 'independentemente das cores políticas, temos de trabalhar para o mesmo lado.' Foi muito convincente".

Em Serzedelo, no dia 8 de Agosto, *Almeida Ferreira* tem o seu primeiro contacto com a multidão. Num restaurante apinhado, a comitiva é naturalmente notada pelos comensais. A cozinheira apressa-se a explicar a *Almeida Ferreira* que "já o tinha visto na televisão". Os membros da equipa gozam o prato. Como as aparências são tudo nesta vida, o *subchefe Freitas* entretém-se a torturar o *agente Mota*, pedindo-lhe repetidamente que vá tirar o carro do senhor ministro do sol ou buscar a pasta do ministro. Furioso, José Manuel Delgado lá se levanta e cumpre.

O próprio ministro não fica alheio às brincadeiras. "O Fafe escolhia de propósito os miúdos mais ranhosos e mais sujos para dizer: 'Ó senhor ministro, não dá um beijinho ao menino?'", lembra Jorge Peixoto, entre gargalhadas.

Em Ponte da Barca, a equipa diverte-se tanto com o controlo do trânsito que se "esquece" do *agente Nunes* no local. Regressa dez minutos mais tarde e encontra Pedro Nunes, no separador central, muito compenetrado a orientar os carros com mais dois agentes de polícia enquanto pragueja entre dentes contra o resto do grupo.

A equipa de reportagem percorre o Minho e o Grande Porto. Multiplicam-se as oportunidades de testar o desembaraço de *Almeida Ferreira*. A Serzedelo, segue-se Vieira do Minho, onde o ministro cumprimenta os bombeiros; o posto da guarda em Venda Nova, onde pede para usar o telefone para comunicar com o primeiro-ministro, surpreendendo o comandante vestido à paisana e por barbear; e Cabeceiras de Basto, localidade onde *Almeida Ferreira* aproveita para conhecer a igreja local, dado o seu amor "pela arte sacra".

Em Arcos de Valdevez, a desloca-se à feira agrícola e é convidada a visitar o salão nobre da autarquia. No mercado do Bolhão, o ministro beijoca feirantes e alguém comenta: "O filho da puta tem mesmo cara de CDS". A consagração talvez seja o encontro fortuito com Maria Emília Ferreira, famosa militante do PSD no Porto, que embora estranhasse inicialmente a silhueta, acabou por

No posto da GNR da Venda Nova, Vieira do Minho, o ministro surpreende a guarda em dia de folga

dizer: "Ah, sim, sei muito bem quem ele é. Ele é simpático."

Para não ser acusada de irromper apenas pelo Norte, a equipa da *Sábado* aproveita a segunda-feira, dia 12 de Agosto, para um raide rápido a Lisboa, com visitas ao Rossio e ao Hospital de São José. "Foi um dos sítios onde tive receio", conta José Carlos Pratas. "Estávamos num sítio fechado, cheio de polícias e não fazia muito sentido uma visita do ministro do Equipamento Social a um hospital". *Almeida Ferreira* é recebido por um administrador espantado, que o põe a par das obras de reabilitação do edifício. Ainda vai a tempo de ouvir as queixas dos utentes pelo tempo de espera. Há coisas que nunca mudam…

PUBLICAÇÃO E REPERCUSSÕES

"Estávamos tão viciados na operação que alguém ainda sugeriu que fôssemos visitar as obras da ponte sobre o Guadiana, em Vila Real de Santo António, mas a realidade impôs-se", conta José Paulo Fafe. "Regressámos à redacção para escrever, não sem o Jorge Peixoto sugerir que gostaria de regressar ao Porto num Falcon da Força Aérea!"

A reportagem primorosa, assinada por Patrícia Reis, é publicada no dia 16 de Agosto, uma sexta-feira (a *Sábado* já então saía às sextas-feiras, depois de constatar que ao sábado o *Expresso* era imbatível). "Inventámos um ministro… e toda a gente acreditou" – é a manchete dessa edição. O projecto custa 700 contos (cerca de 7800 euros com correcção a preços actuais) e "parte significativa foi gasta em bebidas alcoólicas ao final do dia", diz José Carlos Pratas. "Parecíamos um grupo de assaltantes, que encarnava uma missão durante o dia e libertava a tensão ao final do dia em Braga. Ficámos famosos por lá".

Num país cinzento, o tema cativa a opinião pública. No *Público,* escreve-se que são "fábulas do país real". No *Expresso,* Carreira Bom afirma que a *Sábado* "resolveu melhorar a realidade, fazendo avançar um émulo de Kevin Costner que, além de ser afável, detestar peúgas brancas, ter alfaiate e ler alguns livros, nasceu em casa de brasão. Óptimo exemplo para o governo que o PSD deverá formar após Outubro (…) Eu convidava-o para a Cultura. As escritoras apreciá-lo-iam e ele, garanto-o, não faria pior do que o dr. [Santana] Lopes." Santana Lopes, note-se, tinha sido administrador da revista ao tempo de Carreira Bom.

Jorge Peixoto é convidado a explicar a aventura nos estúdios da TSF e a própria RTP, no *Jornal de Sábado* apresentado por Artur Albarran, destaca o caso. A irreverência do projecto tem alguns custos para os envolvidos. "Durante algum tempo, saía à rua no Porto e alguém gritava: 'Olha o ministro!'", conta Peixoto. "A mim, custou-me uma nomeação para a direcção da Lusa pouco depois, porque foram envenenar o ministro que tinha a tutela da agência, dizendo que não se podia confiar num tipo que inventara um ministro", lembra José Paulo Fafe.

Na rádio, Peixoto usa uma alegoria de Letria para explicar a iniciativa: "Neste país, toda a gente conhece a Branca de Neve, mas ninguém conhece os Sete Anões." É a frase que irrita Cavaco Silva – segundo um ministro de então contactado para este artigo, que preferiu não se identificar. Sugeria que, do Governo, os portugueses só conheciam a figura principal.

A história provoca alguns calafrios nos intervenientes políticos que acolheram o ministro. Em Arcos de Valdevez, o vice-presidente Francisco Araújo passa um mau bocado. A oposição local ataca-o por ter recebido acriticamente a comitiva. Ao fim de três meses, pede a demissão, mas o presidente da câmara não a aceita. Hoje, lembra com humor o episódio e recorda que foi sobretudo ludibriado porque o ministro lhe foi apresentado por Fernando de Freitas, autarca histórico do concelho que o conhecera na praça central arcoense. Foi esse pormenor que conferiu verosimilhança à visita.

Apesar do êxito, quase toda a equipa de reportagem abandona a *Sábado* pouco depois deste episódio. A própria revista aguenta apenas mais dois anos até a primeira série expirar.

Por ironia, o primeiro Governo de António Guterres criou mesmo, em 1995, um Ministério do Equipamento Social, mas a pasta esteve *enguiçada.* Foi entregue a Henrique Constantino, que exerceu apenas por dois meses, abdicando por motivos de saúde. Seguiu-se Murteira Nabo, que durou 19 dias, não resistindo a um escândalo fiscal publicado em *O Independente.* Ao escolher o terceiro ministro para a pasta, Guterres talvez tenha hesitado entre nomear João Cravinho ou *Almeida Ferreira*, que tão boa conta dera de si em 1991. Escolheu Cravinho. JJ

Por Mário Rui Cardoso > mario.cardoso@rtp.pt

https://digiday.com/media/editorial-teams-experiment-with-chatgpt-but-few-use-the-ai-technology-in-their-work

O JORNALISMO A EXPERIMENTAR O CHATGPT

Vários grupos de media vêm anunciando que começaram a utilizar o ChatGPT (*https://openai.com/blog/chatgpt*), o sistema *chatbot* de inteligência artificial generativa lançado pela OpenAI, ou tecnologias similares, na produção de conteúdos para os seus *websites*. Mas este artigo de Sara Guaglione para a Digiday permite perceber que, nesta fase inicial dos *chatbots*, eles estão mais a ser experimentados do que verdadeiramente a ser integrados na publicação de histórias.

Estes sistemas que podem vasculhar a internet e "cuspir" uma resposta em segundos têm um tal potencial para o trabalho dos jornalistas que todos os responsáveis ouvidos por Sara Guaglione para o seu artigo admitiram que estão a encorajar as suas redações a explorarem essas ferramentas. Os *chatbots* podem, de facto, vir a revelar-se um desenvolvimento tecnológico disruptivo na vida das redações. Mas ainda há muitas hesitações, motivadas por problemas de rigor, por questões que se podem levantar com eventuais plágios (os *chatbots* não citam as fontes), pela forte possibilidade de discursos tendenciosos – (os *chatbots* não distinguem fontes e apenas repetem a informação que recolhem); em suma, motivadas por fragilidades inerentes ao estado de desenvolvimento ainda incipiente destas tecnologias.

Ainda assim, tem havido quem opte por empregar, desde já, o ChatGPT na produção de conteúdos. É o caso do site de tecnologia CNET (www.cnet.com), com muitos erros, denunciados na Futurism (https://futurism.com/cnet-ai-errors). Outra publicação, o BuzzFeed (www.buzzfeed.com), anunciou que ia começar a utilizar o sistema da OpenAI para produzir conteúdos, que ele iria "evoluir do estádio de investigação e desenvolvimento para a integração no *core business* da empresa", nas palavras do diretor executivo do BuzzFeed, Jonah Peretti (https://edition.cnn.com/2023/01/26/media/buzzfeed-ai-content-creation), recebidas com entusiasmo pelos investidores – as ações do BuzzFeed subiram 150%. Mas Peretti também deixou claro que, por ora, a inteligência artificial não será utilizada na redação das notícias. A prudência de novo a imperar.

Há, de facto, uma limitação de princípio nestes sistemas, por agora, que é trabalharem apenas com dados até 2021. Mas são indiscutíveis as proezas destas ferramentas quando é preciso, por exemplo, sistematizar informação (em especial numérica), encurtar um artigo, variar títulos ou elaborar listas temáticas. Além de proporcionarem ideias adicionais para a cobertura de tópicos. A *Forbes* (www.forbes.com), que também está a avaliar a integração do ChatGPT no seu processo, já trabalhava anteriormente com sistemas de inteligência artificial, como o Bertie (https://bertie.forbes.com/#/login), que ajuda os jornalistas a otimizar títulos, gera sínteses de texto e recomenda imagens para uma determinada história.

Em suma, o ChatGPT e similares ainda vão sendo encarados nas redações, na maior parte dos casos, como ferramentas poderosas para a pesquisa e não tanto para a criação propriamente dita das histórias e das notícias. Mas nem nessa vertente de pesquisa serão, ainda, completamente fiáveis. David Ewalt, editor do "site" de tecnologia Gizmodo (https://gizmodo.com), afirma, no artigo de Sara Guaglione na Digiday, que "um dia, esta tecnologia será uma ferramenta legítima do trabalho jornalístico, ajudará o repórter a fazer a parte fácil do trabalho e permitirá libertá-lo para o contacto com as fontes, a investigação e tudo aquilo que o computador não pode fazer. Mas ainda não estamos aí". Outra questão é que "os sistemas de inteligência artificial não estão nem perto do desenvolvimento suficiente para poderem distinguir entre fontes confiáveis e não confiáveis. Ainda aí não estão nem vão estar tão cedo. Ainda puxam informações de más fontes e repetem-nas como factos", frisa Ewalt. Ou seja, os *chatbots*, nas redações, ainda precisam de ser escrutinados como estagiários. JJ

https://onlinejournalismblog.com/2023/02/14/availability-bias-a-guide-for-journalists

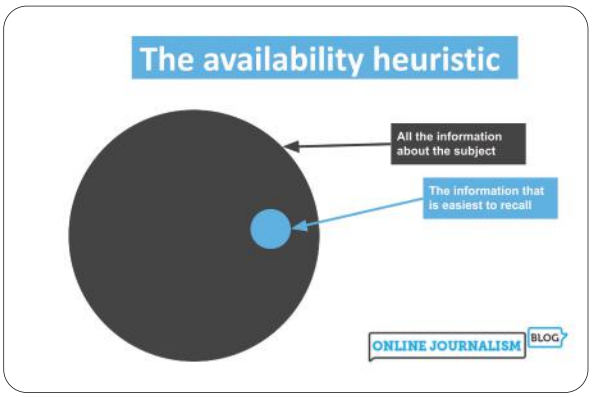
CUIDADO COM OS PRECONCEITOS

Paul Bradshaw tem dedicado alguns artigos, no seu Online Journalism Blog (OJB), ao papel que os preconceitos cognitivos desempenham no Jornalismo. Já escreveu sobre a "tendência para a confirmação", que leva a procurar informação – e a acreditar nela e retê-la – que confirma os nossos preconceitos de partida. Ou sobre formas de pensamento de grupo, como o chamado "efeito de adesão", em que uma grande parte das pessoas tende a processar e a interpretar a informação aplicando-lhe um filtro que a torna mais fácil de digerir e, ao mesmo tempo, mais aceitável pelos outros.

Os factos são interpretados de forma a caberem nas narrativas dominantes. Até a forma como se escolhem as ferramentas para reportar uma história pode estar sujeita a uma inclinação, de princípio, para aquelas que se domina melhor. Se eu for melhor a pesquisar online, tenderei a fazê-lo, em vez de pegar num telefone para contactar uma fonte, por exemplo, e vice-versa, mas o que se escolhe fazer por inclinação pode não ser o melhor para a situação em concreto. O mesmo na escolha dos entrevistados para uma história: podemos inclinar-nos para aqueles com quem já falámos anteriormente e conhecemos bem, mas podem não ser os mais adequados para uma determinada história.

Neste mais recente artigo sobre o papel das tendências, preconceitos e inclinações no Jornalismo, Bradshaw debruça-se sobre o "preconceito da disponibilidade", ou seja, a tendência para as explicações fáceis para os mais variados assuntos. Exemplos: culpar apenas a imigração ou o *Brexit* por qualquer coisa que acontece no Reino Unido; atribuir os problemas dos serviços nacionais de saúde exclusivamente à pandemia; ou culpar unicamente a guerra na Ucrânia pela crise energética. No fundo, a tendência para aceitar as relações de causa e efeito que surgem de forma mais imediata e não procurar ir para além delas.

Paul Bradshaw fala num "problema sistémico no Jornalismo", que de resto já tem um termo para o caracterizar – *topicality*, no original em inglês –, em que as histórias são relacionadas, de imediato, com algo já prontamente disponível na paisagem noticiosa. Isso, sendo algo natural e que pode ter efeitos positivos no Jornalismo, também implica riscos, segundo Bradshaw, como o de se



assumir que uma história apenas se relaciona com um dado tópico. Tratar uma inundação apenas como um efeito das alterações climáticas quando pode estar ali também uma história de incompetência política, por exemplo. Ou o risco de relativizar, ou ignorar, histórias que contradigam a narrativa dominante. Paul Bradshaw sugere também, no artigo, formas de se estar vigilante, para que as tendências e inclinações naturais dos jornalistas afetem o menos possível a qualidade das histórias que relatam. JJ

https://onemanandhisblog.com/2023/02/what-is-a-newsletter

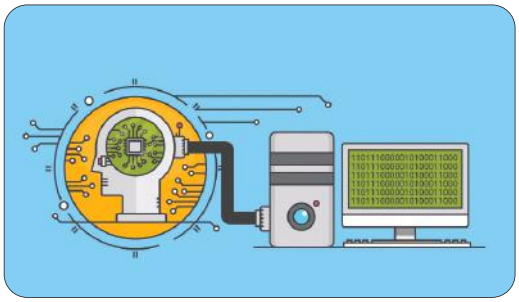
A IMPORTÂNCIA DE TER BOAS *NEWSLETTERS*

Adam Tinworth, no OneMan & HisBlog, alerta para a necessidade de repensar as *newsletters*, que, na maior parte dos casos, ainda são vistas apenas como ferramentas promocionais para os conteúdos das plataformas de informação. Esta comunicação direta com os leitores, que permite chamá-los diretamente, em vez de apenas chegarem pelo Google ou pelas redes sociais, são ferramentas poderosas para o desenvolvimento de audiências. Prova-o o caso do *Finantial Times* (FT, www.ft.com), em que os leitores que chegam através de *newsletters* leem 300 vezes mais artigos do que os outros. Mas Adam Tinworth lembra que algumas *newletters* do FT são produtos "que valem por si próprios", sendo, inclusivamente, algumas delas pagas, dirigidas apenas a subscritores, e não apenas ferramentas promocionais gratuitas.

O autor dá outros exemplos de *newletters* que "valem por si próprias", como as da *The Atlantic* (www.theatlantic.com), da Substack (https://substack.com) ou da Beehiiv (www.beehiiv.com). Mas sublinha que a maioria ainda não passou do "amontoado de *links* com algum contexto", que procura unicamente encaminhar o leitor para as plataformas principais. Tinworth defende que as *newsletters* têm de ser isso, mas, ao mesmo tempo, "têm de conter o seu próprio valor implícito". "Os dias do 'vómito de conteúdos' de *links* para as tuas histórias mais recentes, acompanhados de um pouco de contexto, acabaram". Por isso avisa: "Evolui ou ficas para trás". JJ

www.poynter.org/fact-checking/2023/nigeria-fact-checkers-artificial-intelligence-full-fact

INTELIG*FACT CHECKING*



Há grande preocupação com a capacidade que os sistemas de inteligência artificial generativa como o ChatGPT têm de disseminar torrentes de desinformação e informação falsa, mas há quem alegue que está a utilizá-los para tentar implementar ambientes informativos mais saudáveis. Seth Smalley dá o exemplo do que se passou nas eleições de fevereiro na Nigéria, o mais populoso país africano, em que os *fact checkers*, dizendo-se mergulhados num mar de desinformação e informação falsa, recorreram a um sistema de inteligência artificial produzido no Reino Unido para melhor conseguirem atuar. A britânica Full Fact disponibilizou a uma rede de organizações africanas de *fact checking* um kit com três ferramentas de inteligência artificial para aplicar na automatização de processos de *fact checking* nessas eleições (https://fullfact.org/about/ai). O projeto recebeu um patrocínio da Google no valor de dois milhões de dólares (ver também www.poynter.org/fact-checking/2019/these-projects-are-using-ai-to-fight-misinformation. JJ

www.quillmag.com/2023/02/10/10-with-greg-agvent

DRONES NO JORNALISMO

Entrevista de Sam Stall a Greg Agvent, na Quill, em que o responsável da CNN pelo departamento de imagens aéreas explica como a cadeia norte-americana tem vindo, desde há seis anos, a aproveitar e a desenvolver todo o potencial dos *drones* para a recolha de informação. A experiência da CNN com estes aparelhos tem demonstrado que eles acrescentam valor às histórias. Agvent dá os exemplos dos *drones* utilizados para uma história, na Gronelândia, sobre o degelo dos glaciares e para a captação de imagens da devastação causada pelo furacão Ian. Sendo de considerar, também, que fotografias e vídeos antes captados a partir de helicópteros passaram a sê-lo através destes equipamentos muito mais económicos. Agvent aborda igualmente na entrevista os problemas de um céu cada vez mais sobrecarregado de *drones* e as questões ligadas à privacidade e a uma utilização ética destes aparelhos. JJ

Jornalista, espião e empresário: A vida aventureira de Luís Lupi nos corredores do Estado Novo
WILTON FONSECA E GONÇALO PEREIRA ROSA
Âncora, 2022

Paulo Martins

Não fosse a dedicação de Wilton Fonseca e seus parceiros à "descoberta" da história dos jornalistas de agências noticiosas em Portugal ("heróis anónimos" lhes chamaram) e pouco saberíamos acerca desse universo de profissionais a quem a intermediação dos órgãos de comunicação que chegam ao público rouba visibilidade. De Luís Lupi, então, ainda menos saberíamos – exceto através do autorretrato plasmado nas suas memórias, o filme que naturalmente quis registar, porque a investigação sobre história do Jornalismo português o ignora. É essa lacuna que este livro preenche.

Não se trata, em boa verdade, apenas de um jornalista. Se o título da obra lança pistas para classificar o personagem, não deixa o percurso biográfico oferecido de empurrar o leitor para outras cores em que pode ser pintada a dita "vida aventurosa". Seria o fundador da Lusitânia, primeira agência noticiosa portuguesa, um homem com mundo – empreendedor, como hoje se diria – ou simplesmente um chico-esperto de ego dilatado, atento a oportunidades de negócio, hábil a circular entre as intrigas do regime, para delas tirar partido, e com uma certa mania da perseguição? Admitamos que estes traços não são mutuamente exclusivos…

A minúcia e rigor na investigação, já os autores nos habituaram. Por isso o livro memorialístico de Lupi é contrastado com outras fontes, cautela que se prende com o facto de a realidade "ser bastante mais enfadonha do que a imaginação" do biografado, como escrevem. Assim confirmam que sendo salazarista dos quatro costados nunca mereceu a confiança do ditador. Que esteve sempre sob vigilância, chegando mesmo a ser detido pela PIDE. Que, mesmo oscilando nas alianças, nada disso abalou a sua fidelidade sem mácula ao Estado Novo, cuja fileira da informação – de facto, da propaganda – ambicionou liderar.

Luís Lupi não viu os préstimos reconhecidos pelo regime, apesar de cedo ter intuído que a sua ligação a agências internacionais, como a Reuters e a Associated Press, valia ouro nesse plano. E raramente soube escolher as guerras. Com António Ferro, perderia antes de desembainhar a espada. Do confronto com a ANI, criada pelos seus antigos colaboradores Dutra Faria e Barradas de Oliveira, jamais poderia sair vencedor, porque o seu patrono, Marcello Caetano, mudou de "brinquedo".

Pese embora uma ou outra incursão lateral que pouco contribui para a narrativa, como a descrição das supostas conspirações alojadas na cabeça do informador da PIDE "Portela", esta obra apresenta um retrato muito completo do megalómano que sonhou com os "Estados Unidos da Lusitânia" (a mítica, extraída da história; não a sua empresa). "Ter dinheiro, ser socialmente aceite, ter poder ou estar próximo dele. Toda a vida de Luís Lupi foi marcada por esses três elementos, que explicam as suas múltiplas atividades, as suas constantes manobras políticas, intrigas e alguns negócios menos claros", sintetizam Wilton Fonseca e Gonçalo Pereira Rosa.

No que à atividade como jornalista concerne, fica uma breve pincelada sobre o funcionamento do aparelho de Censura nas agências. Ficam as permanentes guerras com a concorrência. E fica a elaboração de um Livro de Estilo pioneiro em Portugal, de que evidentemente faria gato-sapato, por ser incompatível com a missão, nunca efetivamente concretizada, de usar a Lusitânia como instrumento de promoção de uma imagem positiva da ditadura no estrangeiro. Pudera! Se até o nome de Caetano, então ministro das Colónias, constava do documento!

A investigação sobre história do Jornalismo português ignora Luís Lupi. É essa lacuna que este livro preenche

INATEL FUNDAÇÃO

INSCREVA-SE

Tertúlias Gastronómicas nos Hotéis INATEL

ONDE O SABOR E O SABER SE SABOREIAM

FIQUE ATENTO ÀS PRÓXIMAS DATAS

INATEL Caparica

6 MAIO Os segredos da gastronomia Capariquenha

INATEL Piódão Hotel ****

22 JULHO A importância da Confraria do Bucho

INATEL Graciosa Hotel ****

12 A 15 OUTUBRO Encantos de Terra e Mar
Doçaria tradicional, queijo e alho da Graciosa

Gastronomia INATEL

RESERVE JÁ NOS HOTÉIS INATEL
OU NA SUA INATEL LOCAL MAIS PRÓXIMA

CONHECIMENTO
PARTILHA | PROVAS
PASSEIOS
WORKSHOPS

+ INFO: 210 072 387* | hotelaria@inatel.pt | hoteis.inatel.pt

*chamada para a rede fixa nacional

FUNDAÇÃO **INATEL** | INOVAÇÃO SOCIAL | TURISMO | DESPORTO | CULTURA

apifarma

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DA INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

COMPROMISSO COM AS PESSOAS

PARA MAIS E MELHOR VIDA

OS MEDICAMENTOS INOVADORES PERMITEM QUE HOJE VIVAMOS MAIS, COM MAIS SAÚDE E MAIS QUALIDADE DE VIDA.

+ 10 anos
esperança de vida

+ 110 mil
mortes evitadas

560 M€
poupança anual no Sistema de Saúde

* Impacto dos medicamentos inovadores em Portugal no tratamento de 8 doenças no período entre 1990 e 2015.