

MEDIA & JORNALISMO

Revista do
Centro de Investigação Media e Jornalismo

N.º 2 • Ano 2
Primavera/Verão 2003

MEDIA & JORNALISMO

uma publicação do

Centro de Investigação Media e Jornalismo

edição e distribuição

Edições MinervaCoimbra

projecto gráfico

Pedro Bandeira

capa

Paulo Oliveira – PMP

motivo da capa

Foto da Assembleia da República

© Agência Lusa

issn

1645-5681

depósito legal

186314/02

registo no INPI

5544D cod. 9907

periodicidade

Semestral / n.º 2 Abril 2003

pedidos

Edições MinervaCoimbra

Rua dos Gatos, 10 - Apartado 1002

3001-501 Coimbra - Portugal

Tel.: (351) 239 701 117 / 239 716 204 - Fax: 239 717 267

livrariaminerva@mail.telepac.pt • www.minerva.com.pt

Apoio



Ministério da Cultura



INSTITUTO PORTUGUÊS DO
LIVRO E DAS BIBLIOTECAS

Em memória de Fernando Balsinha, Presidente da Assembleia Geral do CIMJ, cuja dedicação ao jornalismo constitui um estímulo para todos os que contribuem para o aprofundar e melhorar.

índice

editorial	7
artigos	13
Democracia e Direitos Humanos, no Séc. XXI	13
<i>Mário Soares</i>	
Tendências do Jornalismo Contemporâneo – Estarão as notícias <i>leves</i> e o jornalismo crítico a enfraquecer a democracia?	19
<i>Thomas E. Patterson</i>	
Os administradores de ilusões: espectáculo, subjectividade e ideologia na cultura mediática contemporânea	49
<i>João Carlos Correia</i>	
Imagens da Imigração em Portugal	71
<i>Isabel Ferin Cunha</i>	
O Espaço Opinião na imprensa de referência portuguesa: 1980-1999	89
<i>Rita Figueiras</i>	
Qualidade percebida de quatro jornais <i>on-line</i> brasileiros	113
<i>Jorge Pedro Sousa</i>	
percursos	133
Dominique Wolton	133
<i>Entrevista de José Carlos Abrantes</i>	
recensões	143
<i>Dos Efeitos à Recepção: Algumas pistas de leitura</i>	143
<i>Isabel Ferin Cunha</i>	
Neveu, Érik (2001), <i>Sociologie du journalisme</i>	151
<i>Estrela Serrano</i>	
Gitlin, Todd (2001), <i>Media Unlimited</i>	154
<i>Carla Baptista</i>	
Zelizer, Barbie e Allan, Stuart (2002), <i>Journalism after September 11</i>	157
<i>Eduardo Cintra Torres</i>	
Camponez, Carlos (2002), <i>Jornalismo de Proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional</i>	161
<i>João Pissarra Esteves</i>	
abstracts/resumés	167

editorial

Na diversidade das reflexões que compõem este segundo número de *Media & Jornalismo*, a maioria proveniente de investigadores de diferentes Universidades portuguesas, procura-se contribuir para um debate alargado de temas e pesquisas sobre o lugar dos media e da informação nas sociedades contemporâneas. É este o propósito do Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ) e a razão da existência destas páginas.

O texto de abertura é uma intervenção de Mário Soares sobre a crise da democracia e a desvalorização dos direitos humanos “no tormentoso, incerto e inseguro tempo que vivemos”, nas palavras do autor, proferida na Assembleia da República, em Novembro de 2002, por ocasião do Congresso Anual da Federação Ibero-Americana de Ombudsman. Entre as causas da crise da democracia, Soares aponta a revolução informática e a corrosão que os media audiovisuais estão a provocar nas democracias representativas clássicas, nomeadamente a deslocação do debate dos grandes temas políticos, dos Parlamentos para os media, obrigando-os a descer de nível. Sem negar os benefícios do alargamento do debate político a vastas audiências, o ex-Presidente da República identifica alguns dos seus aspectos perversos, entre os quais “a confusão” e a “náusea” que a política provoca quando vista e conhecida através dos media, pela forma apressada e frequentemente deformada com que é apresentada, e pela hipertrofia de questões mesquinhas e pessoalizadas.

Esta intervenção de Mário Soares constitui uma oportuna introdução ao artigo do cientista político da Universidade de Harvard e membro do Conselho Editorial Internacional desta revista, Thomas Patterson, que foca um dos aspectos mais

importantes e preocupantes das sociedades contemporâneas: as relações entre o jornalismo e a democracia, analisadas através de uma investigação sobre os hábitos, interesses e preferências dos cidadãos norte-americanos perante as notícias. O estudo tem como base mais de cinco mil textos noticiosos publicados em jornais, revistas e canais de televisão norte-americanos, no período de 1980-1999 e um exaustivo trabalho de inquérito junto das audiências destes media.

Na sequência de trabalhos que tem desenvolvido sobre a cobertura jornalística de temas políticos, Patterson debruça-se sobre a tendência crescente do jornalismo para privilegiar as notícias *leves* – centradas em celebridades, escândalos e temas de entretenimento – e a crítica sistemática das instituições e personalidades políticas, a que o autor chama “jornalismo crítico”. Essa tendência que abrange, também, jornais “de referência”, está na origem do desinteresse dos cidadãos pelas notícias. Ora, conclui, sem cidadãos informados sobre assuntos de interesse público a democracia não pode funcionar. A solução não é, para Patterson, mais notícias *leves* e mais ‘jornalismo crítico’, mas sim um jornalismo que, sem deixar de cumprir o seu papel de “vigilante” das instituições, proporcione uma informação equilibrada. Porque, segundo Patterson, o que é bom para a democracia é bom para o jornalismo.

O ensaio de João Carlos Correia, sobre a cultura mediática contemporânea e a sociedade de que é emanção dá continuidade a esta reflexão de Patterson sobre os media noticiosos e a democracia, ainda que assente noutra perspectiva. A espectacularização da cultura de massas é aqui a categoria fundamental que o autor associa à subjectividade e à ideologia, vistas para além do meio televisivo.

Para o autor, a centralização da cultura mediática em projectos individuais do tipo dos *reality shows* relaciona-se com um impulso particular das sociedades modernas e constitui um traço da actual comunicação de massas. Interroga-se, pois, sobre a importância do individualismo na descoberta de novas formas de viver a vida e na afirmação de novos direitos, relacionando a gestão do desejo com a questão da ideologia. Revendo, de maneira crítica, textos da Escola de Frankfurt, e partindo de uma aceitação relativa das críticas à comunicação de massas, o autor considera que parece desafiada a visão da comunicação

de massas como aparelho ideológico que procura realizar o consenso através da ocultação das dinâmicas sociais. Considera que o centro dos conflitos sociais já não se situa apenas nas esferas da reprodução material, mas também nas esferas da vida simbólica.

Pela profundidade da investigação e as tendências de longo prazo de que dão conta, estes primeiros artigos constituem uma estimulante proposta de reflexão sobre os mesmos temas no contexto português, onde a história dos media é atravessada pelas vicissitudes da Revolução de 1974 e onde a própria democracia é um bem relativamente jovem. Os artigos seguintes, centrados em análises da imprensa portuguesa, fornecem novas perspectivas sobre as relações entre os media e a sociedade.

Isabel Férin da Cunha analisa as imagens da imigração em Portugal. Na sequência de anteriores trabalhos seus sobre o racismo nos media, a autora pesquisa como jornais portugueses têm noticiado acontecimentos e questões relacionadas com a imigração, fenómeno social relativamente recente e tema que tem estado demasiado à margem de reflexões sobre o viver democrático e os direitos de cidadania. Introduce os contextos históricos e actuais da imigração em Portugal e apresenta as imagens da cobertura jornalística destacadas da análise de dois diários portugueses, *Público* e *Diário de Notícias*, no Verão de 2000.

O estudo evidencia a existência de dois olhares sobre imigrantes, que distinguem os imigrantes provenientes de Leste dos jovens africanos nascidos em Portugal e na maioria com nacionalidade portuguesa, que constituem a segunda e terceira geração de imigrantes provenientes das antigas colónias. O olhar sobre estes 'falsos imigrantes', escreve Isabel Ferin da Cunha, tende a considerá-los como sujeitos sem cidadania, numa atitude que reproduz e fomenta o racismo flagrante e o racismo subtil.

Uma visão longitudinal sobre a imprensa portuguesa é apresentada por Rita Figueiras. O seu artigo dá conta das transformações do Espaço Opinião na imprensa portuguesa, nas décadas de 80 e 90. Abrangendo o *Diário de Notícias*, *A Capital* e *Público* na imprensa diária, e o *Expresso*, *Semanário* e *O Independente*, nos semanários, a análise evidencia quem foi representando a Opinião Pública e se provém do interior ou do exterior dos jornais. Nestas duas décadas, habitam esse Espaço de Opinião uma

diversidade de actores: profissionais do jornalismo, figuras públicas convidadas a colaborar regularmente, leitores que aí intervêm com as suas cartas, cidadãos anónimos solicitados a responder a pequenos inquéritos.

Este olhar retrospectivo permite, relativamente a cada um dos títulos apreciados recordar as transformações operadas no seu Espaço Opinião, no que constitui um interessante contributo para a história recente da imprensa portuguesa. Mostra que à institucionalização desse Espaço nos anos 80 se sucede a sua consolidação na década seguinte, marcada por profundas transformações do campo dos media, como a privatização, a crescente comercialização e a concentração de propriedade, as transformações numa intervenção mais personalizada do jornalista comentador. Como traços mais notórios deste Espaço no período mais recente, a autora sublinha o crescente investimento na sua publicitação e valorização por parte dos jornais.

O artigo de Jorge Pedro de Sousa apresenta um dispositivo de análise comparada, do prisma da recepção de imprensa on-line por usuários de diferentes países. O autor analisa a qualidade percebida de quatro jornais brasileiros disponíveis na Internet (*O Estado de São Paulo*, *A Folha de São Paulo*, *O Jornal do Brasil* e *O Globo*), por parte de dois grupos de estudantes de Ciências da Comunicação, um português e outro brasileiro. Este estudo comparado tenta apurar, por um lado, se existem diferenças na percepção da qualidade destes jornais por parte de usuários com substractos culturais diferentes e, por outro, se o facto de a experiência da Internet ser semelhante para todos os usuários de qualquer ponto do mundo, promove percepções semelhantes sobre a qualidade dos jornais on-line.

Na avaliação da qualidade percebida, construída com base numa exaustiva grelha de variáveis que incluiu componentes sobre o conteúdo, o design e a navegação, o autor apurou que o substracto cultural não parece ser um factor determinante, uma vez que portugueses e brasileiros não diferiram significativamente na sua avaliação. O autor conclui, ainda, que, no que respeita à percepção da qualidade, os jornais on-line são penalizados por não aproveitarem as potencialidades da Internet.

A entrevista deste número de *M&J*, conduzida por José Carlos Abrantes, apresenta-nos o percurso de investigador francês Dominique Wolton, e temas de muitos dos seus livros, disponíveis

em português. Cruzando a ciência política com a comunicação, encontramos neste percurso o registo dos muitos campos sobre os quais incidiu o seu interesse como cientista social. Destaca-se a sua preocupação de trazer para o espaço francófono muitas das linhas de investigação anglo-americanas, a que chama tradição empírico-crítica.

Ao longo do seu percurso como investigador, Wolton revela como se interessou pelas mudanças na esfera do trabalho introduzidas pelas novas tecnologias ou como investigou os media na perspectiva da recepção activa por parte das audiências. A atenção às transformações dos media nas últimas décadas e a defesa do sector público da comunicação social combinam-se com o seu olhar aberto, de cientista político que procura (também) pensar questões culturais, da 'globalização do humanismo' ao novo espaço europeu em construção e o lugar que nele têm as diversas identidades culturais que compõem a diversidade dos seus países.

Na secção de Recensões apresentamos obras recentes que incidem sobre o panorama comunicacional contemporâneo. Ao lado de obras de enquadramento para o estudo dos media e do jornalismo, como as de Todd Gitlin e de Erik Neveu, surgem reflexões sobre o jornalismo após o 11 de Setembro, nos Estados Unidos e fora dele, e ainda sobre o jornalismo de proximidade e os seus limites. Destacamos a primeira recensão temática de M&J, centrada nos estudos de recepção. Ao breve historial desta linha de pesquisa, segue-se uma compilação de obras recentes, organizada por Isabel Ferin Cunha, a incidir em títulos dos anos 80 e 90 e com origem em autores europeus e da América Latina. Podemos assim apreciar como este campo de estudo da comunicação se tem vindo a apetrechar de enquadramentos científicos e de instrumentos metodológicos imprescindíveis a uma pesquisa atenta e interveniente sobre os media, aos mais diversos níveis.

A Direcção

Democracia e Direitos Humanos, no Século XXI

Mário Soares

Ex-Presidente da República

Discurso proferido na Assembleia da República em 18 de Novembro de 2002 por ocasião do VII Congresso Anual da Federação Ibero-Americana de Ombudsman

Quero começar por agradecer ao Senhor Provedor de Justiça, o honroso convite que me fez para participar no VII Congresso Anual da Federação Ibero-Americana de *Ombudsman* e para aqui proferir umas palavras sobre o tema genérico “Democracia e Direitos Humanos, no Século XXI”.

Aproveito esta feliz oportunidade para saudar, respeitosamente, os distintíssimos *Ombudsman* aqui presentes, vindos de toda a IberoAmérica e de Espanha, desejar-vos uma excelente estadia em Portugal – e um fecundo trabalho – afirmando-vos quanto nos honra e satisfaz a realização do vosso VII Congresso

em Portugal e que tenha lugar aqui, com todo o simbolismo, nesta bela sala da Assembleia da República, sede da legitimidade democrática portuguesa.

Começo por salientar a complexidade do tema da Democracia e também dos direitos Humanos, no século XXI – ou seja, no tormentoso, incerto e inseguro tempo que vivemos e, designadamente, tratando-se da Ibero-América, sub-continente que conhece uma crise profunda, importada em grande parte do exterior, talvez a mais séria e intrincada crise que viveu desde as transições democráticas efectuadas nos anos oitenta do século passado, influenciadas pelo fim pacífico das duas ditaduras ibéricas, ocorrido na segunda metade da década de setenta.

A crise da democracia é hoje – ao contrário do que se pensava após o colapso do comunismo, quando se admitia que a democracia liberal ia ser a regra comum de todos os países do mundo – uma situação a que não escapa nenhuma sociedade democrática do nosso tempo, por mais consolidada que aparente ser. Mas, é claro, que se faz sentir com maior acuidade nos países em via de desenvolvimento, esmagados pelas dívidas externas e pelos ataques especulativos às suas moedas nacionais.

A explicação desta crise da democracia – e de um certo apagamento da teoria e importância internacional dos Direitos Humanos, que tem a ver também com a tentativa de marginalização do sistema das Nações Unidas – tem várias causas. Apontarei algumas, que se me afiguram principais, por forma telegráfica.

A primeira é, sem dúvida, a *revolução informática* e a corrosão que sobretudo os meios audio-visuais estão a provocar nas democracias representativas clássicas, tais como as conhecemos no século passado. Concretamente, a progressiva perda de importância dos Parlamentos e a deslocação da centralidade dos debates, dos grandes temas políticos, dos Parlamentos para os media, condicionando desta forma as mais sérias decisões dos Estados e dos Governos. É uma situação que contribui para desprestigiar a política e os políticos, banalizando os debates e obrigando-os, necessariamente, a descer de nível.

Há quem pense que as chamadas *democracias mediáticas*, alargando o debate político a vastas audiências, constitui uma forma benéfica de democratizar a política, tornando mais efectiva a participação dos cidadãos. É exacto. No entanto, há que ponderar também os seus aspectos perversos e que são graves: o abaixamento do nível dos debates, a confusão – e até a náusea – que provoca a política, quando vista e conhecida através dos media, por uma forma apressada, frequentemente deformada, pela hipertrofia das questões mesquinhas e pessoalizadas. É uma situação que manifestamente afecta o prestígio da classe política, invadindo o próprio direito à privacidade dos políticos e expondo-os a uma visibilidade permanente. Para não falar noutro problema muito preocupante, como é a rápida concentração a que estamos a assistir, por toda a parte, dos meios de comunicação social (jornais diários, semanários, revistas, rádios

e televisões) concentrados nas mãos de cada vez menos *grupos mediáticos* – dois ou três, por país – geralmente entrecruzados se não dependentes do grande poder económico internacional. É um fenómeno, resultante da globalização das economias, que – escuso de sublinhar – é sobremaneira perigoso e condicionante não só para a liberdade de imprensa e dos cidadãos como para o próprio bom funcionamento das democracias. Como está à vista.

Com efeito, a globalização das economias – a par da globalização da informação e do conhecimento – é outro fenómeno inelutável do nosso tempo, com aspectos obviamente positivos e outros muito negativos, que afecta consideravelmente o funcionamento das democracias, internacionalizando-o.

A questão que interessa compreender é que o capitalismo liberal, tal como o conhecemos, está a mudar de natureza. Evoluiu de uma fase essencialmente industrial e, depois, financeira, estando hoje, cada vez mais, a tornar-se um *capitalismo especulativo*, sem rosto, sem princípios éticos, com ténues vinculações nacionais e sem responsabilização, junto de nenhuma instância democrática.

Muitos respeitáveis economistas e politicólogos têm vindo a sublinhar, nos últimos anos, esta imensa alteração. Extremamente nefasta para o funcionamento das instituições democráticas. Por via dos fundos de pensões e das acções das multinacionais, o chamado *dinheiro sujo* – proveniente da droga, do comércio ilegal de armas, da prostituição, do tráfico infame de órgãos humanos, etc. – infiltrou-se nos fluxos de capital que hoje se movimentam especulativamente, de bolsa em bolsa, por todo o mundo, à velocidade da luz. O seu objectivo é o lucro pelo lucro, sem qualquer obediência a regras jurídicas, políticas ou éticas. É o que alguns chamam *império do capital*, que não se deve confundir com a hiperpotência hoje dominante, os Estados Unidos, que em boa parte lhe deu origem. É um monstro que está a escapar ao criador, como se compreendeu melhor, quando os meios de comunicação mundiais levantaram a suspeita fundamentada de que empresas financeiras controladas por grupos terroristas, próximos da Al-Qaeda, especularam com as acções de companhias ligadas ao turismo, à aviação civil e aos seguros, vendendo-as na alta, antes dos actos terroristas de 11 de Setembro, e voltando depois a comprá-las, em baixa, depois dos atentados, fazendo fabulosos lucros... Na altura, a administração americana anunciou que iria proceder a um inquérito rigoroso e aprofundado sobre a questão investigando os chamados “paraísos fiscais” e as “off shores” especulativas, mas nada mais se soube. O escândalo das chamadas “contabilidades criativas”, descoberto em multinacionais tão importantes como a Enron, terá contribuído para aconselhar alguma prudência, nesse tipo de inquéritos, não fosse abrir-se, subitamente, a “caixa de pandora”...

A globalização, tal como a conhecemos, é um fenómeno inelutável no estágio do desenvolvimento humano e civilizacional em que nos encontramos. Não a

podemos anular ou ignorar. Mas podemos, talvez, impor-lhe regras éticas, como preconizou a ex-Alta Comissária para os Direitos Humanos, Mary Robinson.

Como? Só vejo um meio: através da pressão da opinião pública mundial – a chamada *cidadania global*, outro aspecto, este positivo, da globalização – e dos meios jurídicos internacionais, onde os *Ombudsman* têm, seguramente, uma importante palavra a dizer, por forma a modificar radicalmente o comportamento e a acção das instâncias financeiras internacionais (B.M e FMI, mas também a O.M.C.), que deviam pronunciar-se claramente e condenar o gravíssimo problema da *globalização desregulada*, provocando um debate nas Nações Unidas, a fim de vir a impor-lhe regras éticas, de acordo com os princípios que fundamentam a própria Carta das Nações Unidas.

A *globalização desregulada* está a provocar uma enorme erosão nos próprios *Estados Nacionais* e, conseqüentemente, nos sistemas democráticos que ainda os regem. Numa assembleia composta, fundamentalmente, por ilustres juristas ibero-americanos não preciso de dar exemplos, porque surgem seguramente no pensamento de todos, com uma evidência meridiana.

Os ataques especulativos dirigidos contra as moedas nacionais, com o objectivo de fazer ajoelhar perante as imposições do *império do capital*, os seus dirigentes, por mais legitimados democraticamente, independentes e honestos que sejam, o problema asfixiante das dívidas externas – e dos respectivos juros – a injusta fixação dos preços das matérias primas e dos produtos agrícolas, sem audição nem acordo dos principais interessados, os países produtores, a tentativa de destruição do Mercosul, sem que a União Europeia tivesse interferido minimamente em seu favor – como aliás era do seu interesse, e em particular da Espanha e de Portugal – são alguns exemplos manifestos e irrecusáveis da tremenda devastação “globalizadora” que estão a sofrer os Estados Ibero Americanos e as suas democracias.

Contudo – note-se – a globalização desregulada não tem sido negativa tão só para a Ibero-América. Tem atingido por forma muito negativa a África, um continente à deriva, e a Ásia, para não falar do Médio Oriente, onde os perigos de um novo desenho do mapa da Região – especialmente das áreas onde há ou passa o petróleo – estão á vista. E não será a “fuga para a frente” de uma guerra contra o Iraque que os irá resolver. Bem pelo contrário: as conseqüências imprevisíveis de uma tal acção, a ocorrer, serão seguramente terríveis, para todos.

Não podemos ignorar que desde antes dos atentados de 11 de Setembro, o Japão, a América do Norte e a União Europeia (por esta ordem cronológica) estão a braços com uma persistente recessão económica para a qual não se vê saída à vista. Poderá mesmo agravar-se, na minha modesta opinião, se não forem impostas regras à globalização e emendados, pelos grandes centros de

decisão económica mundial, os erros fatais do neo-liberalismo, através de ousadas políticas económicas e sociais de tipo neo-keynesiano.

É neste contexto económico-político, muito complexo, que lembra os anos trinta – embora os paralelos históricos sejam sempre perigosos – que temos de encarar e tentar resolver a crise das democracias e o relativo abrandamento, que se vem sentindo no plano mundial, na defesa dos direitos humanos. Volto aos media, para dar um exemplo do que pretendo dizer: até aos atentados terroristas de 11 de Setembro, praticamente não se passou um dia em que as televisões não referissem a situação da Chechénia e os graves atentados aí cometidos, pelos russos, contra os direitos humanos. Com a guerra do Afeganistão – e a necessidade de recorrer ao apoio da Federação Russa – deixou de se falar da questão dos direitos humanos na Chechénia. Será que só se deve reclamar o respeito pelos direitos humanos quando politicamente isso convém, e como arma política? Creio, pelo contrário, que os Direitos Humanos são universais e indissociáveis e não podem ser avaliados, utilizando o critério dos dois pesos e duas medidas, segundo politicamente convém ou não.

A luta contra o terrorismo do fundamentalismo islâmico – definida pela administração americana como uma prioridade absoluta e uma “guerra” longa – tem, no entanto, características muito especiais, uma vez que nenhum Estado se assumiu como “inimigo” (autor ou responsável dos atentados) embora haja alguns que tenham sido designados como fazendo parte do “eixo do mal”, expressão imprópria, de sentido religioso e sem verdadeiro conteúdo em termos do Direito Internacional.

É obvio que a luta contra o terrorismo deve ser prosseguida com a maior determinação e energia, embora o inimigo seja incerto e esteja escondido. Está fora de questão outro procedimento. Mas, por isso mesmo, deve ser conduzida com conhecimento efectivo, irrefutável e com muita inteligência. Não pode ser conduzida unilateralmente, apostando tão só na força militar, à margem das Nações Unidas e sem ter em conta os princípios fundamentais do Direito Internacional, tais como têm vindo a ser aprofundados, desde o fim da II guerra mundial.

Se a administração Bush pretende que se trata de uma “guerra”, então devem aplicar-se aos prisioneiros de Guantánamo, as convenções de Genève, o que não tem sido o caso. E, de qualquer maneira, como pessoas humanas que são, apesar dos prisioneiros serem acusados de actos terroristas, mas não estarem ainda condenados por sentenças transitadas em julgado, como se diz no direito português, deve reconhecer-se-lhes aqueles direitos que têm todos os detidos antes de irem a julgamento, e nomeadamente o direito a advogado e à organização da defesa, o que também parece não ter estado a acontecer. São casos que ofendem a formação de qualquer jurista, por mais modesto que seja e que não podem passar sem reparo.

Não quero abusar da vossa paciência. Falei, seguramente, mais do que devia, numa sessão desta natureza. A verdade é que não resisti, pela alta consideração e respeito que todos me merecem, à oportunidade de partilhar convosco algumas reflexões – e mesmo angústias – que me suscita hoje a temática que me foi proposta.

Sou um democrata, que viveu mais de trinta anos da sua vida consciente, sob uma feroz e obsoleta ditadura e que sempre se bateu pela liberdade e em defesa dos Direitos Humanos. Sou um apagado jurista e um político que acompanhou, com toda a atenção, o evoluir e as vicissitudes das democracias no mundo. Entendo que estamos a viver tempos muito difíceis e a Ibero América muito em especial. A Ibero América, que eu tanto admiro pelo génio criativo dos seus Povos, pelo seu tão vincado multiculturalismo, pela admirável explosão das suas artes, letras e ciências, pelas excepcionais potencialidades das suas terras e gentes.

A democracia é uma flor frágil que deve ser permanentemente cuidada, para se aprofundar e adaptar aos novos tempos. É um sistema de boa governação, que repousa na separação dos poderes, no respeito das regras da Lei, no atempado funcionamento e isenção da Justiça, na transparência, na transitoriedade do poder, no desenvolvimento sustentado da economia e no equilíbrio social, obtido pela concertação e pelo diálogo.

Nos tempos que correm, de grande desequilíbrio social, em que o fosso entre pobres e ricos (pessoas e Estados) cada vez mais se aprofunda, de grande criminalidade internacional, em que o poder económico – sem qualquer legitimidade democrática – se sobrepõe ao poder político legitimado pelo voto e o condiciona, com algum descontrolo no plano da justiça, a luta pela democracia adquire, necessariamente, uma dimensão internacional e é indissociável da luta pelo Direito Internacional e pela paz.

Os *Ombudsman* – como *defensores do Povo*, *provedores* de justiça (como lhe chamamos em Portugal) ou como *mediadores* entre a Sociedade e o Estado, desempenham um papel de mais alta importância na credibilização da Justiça, ao serviço das populações e contra os abusos do poder.

Por isso se deposita tanta esperança no aprofundamento do vosso trabalho e na troca de experiências que resultam de Congressos, como o que se realiza em Lisboa. Por isso, ainda, volto a saudá-los, com o maior respeito, formulando os melhores votos de bom trabalho.

Tendências do jornalismo contemporâneo

Estarão as notícias *leves* e o jornalismo crítico a enfraquecer a Democracia?¹

Thomas E. Patterson

Universidade de Harvard, Estados Unidos

Resumo:

Baseado num estudo sobre o jornalismo americano, este artigo aponta para duas tendências principais no jornalismo contemporâneo, as quais estarão a diminuir o interesse pelas notícias e a enfraquecer a democracia. São elas a presença crescente de notícias *leves* e o surgimento do jornalismo crítico. O artigo argumenta que devido a estas duas tendências as notícias são mais sensacionalistas e focadas no crime e nos desastres e, simultaneamente, mais deprimentes e negativas, devido ao “zelo colocado na procura de escândalos e do insólito”. Estas tendências provocaram um diminuição do interesse pelas questões públicas e pelas notícias, o que constitui uma ameaça à democracia e ao jornalismo.

Palavras-chave:

Jornalismo; Jornalismo crítico; Notícias *leves* e Notícias *sérias*; Políticas públicas; Audiências.

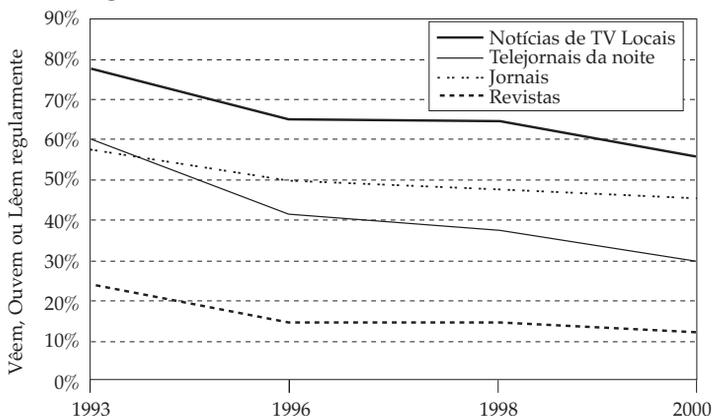
Introdução

As notícias mudaram muito nas duas últimas décadas. Em resposta a uma situação intensamente competitiva, as empresas jornalísticas aligeiraram a cobertura jornalística dos acontecimentos, ao mesmo tempo que as notícias assumiram um tom cada vez mais crítico.

Contudo, as notícias *leves* e o jornalismo crítico não estancaram o declínio da audiência de notícias. A televisão por cabo e, mais recentemente, a Internet afectaram muito a leitura de jornais e revistas de informação, bem como a audiência de notícias locais, mesmo as emitidas por estações nacionais.

Este declínio poderia ter sido ainda maior se as notícias não tivessem evoluído para versões mais *leves* e críticas. Uma coisa é, porém, certa: o consumo de notícias caiu drasticamente na última década. (ver Figura 1)

Figura 1: As audiências noticiosas estão a diminuir



Fonte: Pew Research Center on the People and the Press

Qualquer que tenha sido o seu efeito inicial, as notícias *leves* e o jornalismo crítico podem estar a apressar a queda da audiência de notícias. Os dados existentes apontam para o facto de esse tipo de notícias e de jornalismo estarem a enfraquecer a democracia, ao diminuírem a informação dos cidadãos sobre temas de interesse público e sobre política. Poderão os media noticiosos fazer diferente? Poderão conciliar a sua necessidade de atrair audiências com a responsabilidade de informar o público? Neste estudo vamos apresentar dados que apontam para a compatibilidade destes objectivos, os quais, na realidade, se reforçam mutuamente. São as seguintes as principais linhas de argumentação:

São as notícias *sérias*, e não as notícias *leves*, que levam a maior parte das pessoas a prestar atenção às notícias;

As pessoas que preferem notícias *sérias* consomem mais notícias do que as que preferem notícias *leves*;

A tendência a favor das notícias *leves* contribuiu para um interesse cada vez menor nas notícias;

A melhor resposta a um ambiente super competitivo é uma estratégia centrada nas notícias *sérias*;

O jornalismo crítico enfraqueceu o interesse das pessoas pela política e, consequentemente, o seu interesse pelas notícias;

É possível aos jornalistas moderar o jornalismo crítico de forma a aumentar o interesse pela política e pelas notícias, o que, por sua vez, fortalecerá o papel “vigilante” dos media noticiosos.

Estes argumentos baseiam-se num estudo levado a cabo, durante dois anos, com o apoio de uma bolsa da Fundação Smith-Richardson. Implementámos inquéritos nacionais concebidos para aferir os hábitos dos americanos quanto à audição de notícias, os seus interesses e preferências. A pesquisa incluiu a análise de 5331 notícias, seleccionadas aleatoriamente de entre as disponíveis no programa LEXIS/NEXIS, entre 1980-1999, a partir de duas estações de televisão, duas revistas semanais, três jornais líderes de mercado e 26 jornais diários de âmbito local. A análise de conteúdo foi limitada à primeira página e à secção Local dos jornais (excluindo, por exemplo, as secções de Desporto e Viagens) e a jornais televisivos (excluindo programas como *Dateline* da NBC).

Notícias leves VS Notícias sérias

Quase todas as pessoas verificam que as notícias são, hoje, substancialmente diferentes do que eram há uma ou duas décadas. À medida que a competição entre organizações noticiosas se intensificou, as notícias modificaram-se, na forma e no conteúdo, no sentido do entretenimento – o que o académico e antigo jornalista televisivo Marvin Kalb chama “as novas notícias” (Kalb, 1998; Frank, 1991; Gamson, 1995). O jornalismo centrado no mercado constitui uma variante dessa tendência, o *Infotainment* corresponde a outra e as *Notícias leves* – termo que vamos utilizar neste estudo – a uma terceira.

Alguns críticos dizem que as notícias são cada vez mais orientadas para o que interessa à audiência, em vez de para o que a audiência precisa de saber. O antigo presidente da Federal Communications Commission (FCC), Newton Minow, afirma que muitas das notícias estão hoje “muito perto do tablóide”. O antigo pivot do PBS (serviço público de televisão) Robert MacNeil diz que as tendências “vão no sentido dos valores do sensacionalismo, do exagero, do hiperactivo, do tablóide, que substituíram os valores *sérios*” (citado em McCartney, 1997). Outros usam uma linguagem mais forte. Matthew Carleton Ehrlich descreve as notícias de hoje como um “jornalismo chocante” (Ehrlich, 1996).

Mas os críticos das notícias *leves* não ficaram sem resposta. Os seus defensores afirmam que as audiências são o *sangue* das notícias e que sem segurança económica uma imprensa livre existiria apenas teoricamente. Afirmam que notícias que não sejam vistas ou lidas não têm qualquer valor. E defendem que um conteúdo *leve* não é, por definição, desprezível, dado fornecer informação que pode guiar as atitudes das pessoas enquanto cidadãos.

Por outro lado, as notícias *leves* conquistam algumas pessoas para as notícias que, de outra forma, não lhes prestariam atenção, ficando, ainda, menos informadas. E não há dúvida de que algumas notícias *leves* contêm elementos úteis

aos cidadãos – sobre segurança, saúde e assuntos semelhantes. Ainda assim, os dados mostram que notícias *leves* têm um custo para a democracia (Graber, 1988; Patterson, 1980; Iyengar, 1991). Notícias que salientam incidentes e assuntos que têm pouco a ver com questões públicas e que são seleccionadas pela sua capacidade de chocar, ou de entreter, podem distorcer a percepção que as pessoas têm da realidade. Nos anos 90, por exemplo, as notícias sobre crimes “dispararam” e as pessoas acreditaram que a taxa de criminalidade estava a aumentar quando, na realidade, estava a diminuir (Patterson, 2001; Lichter e Noyes, 1994). As notícias *leves* diminuem, também, a qualidade da informação e do discurso público (Auletta, 1991; Diamond, 1991). Segundo Neil Postman, arriscamo-nos “a entretermo-nos a nós próprios até à morte” (Postman, 1985: 107). Os americanos dedicam mais horas por dia ao consumo dos media do que a outras actividades, excepto dormir e trabalhar (Putnam, 2000). Se durante esse tempo, somos “mergulhados” em entretenimento e distraídos por incidentes marginais, o contributo que as notícias podem dar para a qualidade da vida em sociedade fica diminuído. E, contudo, não é forçoso que assim seja. As notícias *leves* podem, de facto, estar a diluir o interesse das pessoas pelas notícias. Antes de apresentar dados sobre esta controvérsia, é necessário clarificar o que se entende por notícias *leves* e mostrar como elas se tornaram parte da cobertura noticiosa diária.

Definir e quantificar notícias *leves*

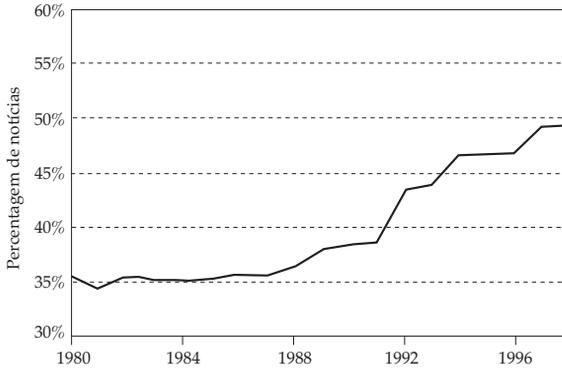
A um jornalista conhecido foi uma vez perguntado como definia as notícias. Depois de uma pausa, respondeu: “Sei o que são notícias quando as vejo”. O mesmo pode ser dito das notícias *leves*. Sem dúvida que jornalistas e académicos têm alguma noção de notícias *leves* quando as criticam ou defendem. No entanto, poucas vezes definem o conceito de forma clara².

A expressão notícias *leves* é muitas vezes utilizada para significar as notícias que não são *sérias* (Davis, 1996: 108-109). As notícias *sérias* referem-se à cobertura de acontecimentos envolvendo líderes políticos, questões públicas substantivas, ou perturbações significativas na rotina da vida diária, como um sismo ou um desastre de aviação (Smith, 1985). É suposto que a informação sobre estes acontecimentos é importante para os cidadãos perceberem e responderem às questões públicas (Donsbach, 1999; McCartney, 1997). As notícias que não são deste tipo são, por definição, *leves*.

Utilizando este padrão, pode dizer-se que o peso de notícias *leves* na cobertura noticiosa cresceu significativamente. As notícias sem uma ligação clara com políticas públicas (temas de substância), aumentaram de menos de 35 por cento do total das notícias em 1980, para cerca de 50 por cento na actualidade (ver

Figura 2). Notícias com uma componente de políticas públicas – notícias *sérias* – diminuiriam num grau correspondente. O grau de mudança difere entre os diferentes media, mas a tendência é a mesma para todos – notícias de televisão de âmbito local, notícias de televisão de âmbito nacional, jornais de referência, diários de natureza local e revistas semanais. Cada um tem hoje menos cobertura noticiosa relacionada com política³ do que há uma ou duas décadas atrás.

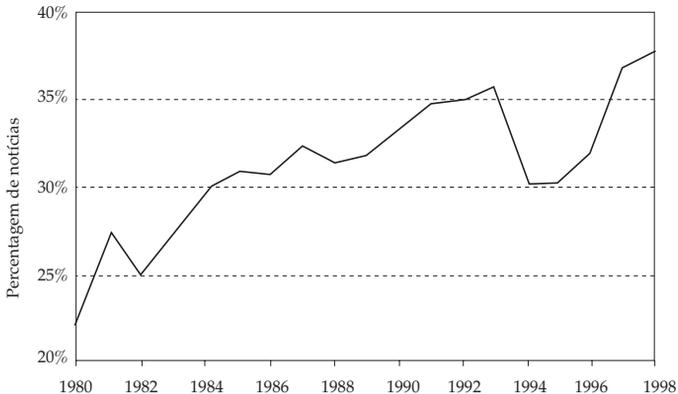
Figura 2: Notícias sem uma componente de políticas públicas



Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
/ Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

As notícias *leves* foram também identificadas por determinadas características. Foram descritas, por exemplo, como notícias que são tipicamente mais sensacionalistas, mais centradas numa personalidade, menos localizadas no tempo, mais práticas e mais baseadas em incidentes (Spragens, 1995). Estas características, de facto, mudaram: no início dos anos 80 aproximadamente 25 por cento das notícias tinha um nível de sensacionalismo de moderado a alto, comparado com os quase 40 por cento que se regista hoje. (ver Figura 3)

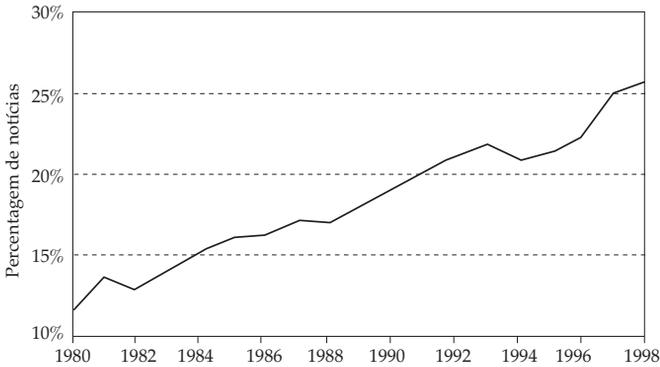
Figura 3: Sensacionalismo nas notícias



Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
/ Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

“Estórias” com uma componente de interesse humano surgem, também, de forma mais proeminente nas notícias. (ver Figura 4)

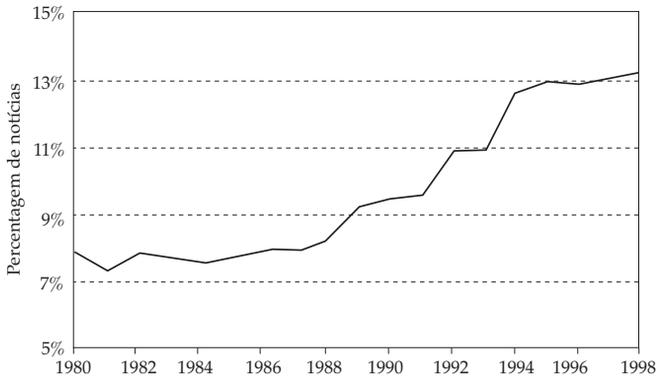
Figura 4: Notícias com um elemento de interesse humano



Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center / Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

Representando menos de 11% das estórias em inícios da década de 80, o número de peças com uma componente de interesse humano mais que duplicou (26%) desde então (ver Figura 5). Incidentes dramáticos – crimes e desastres – preenchem, também, agora, uma grande parte das notícias. O número de estórias na categoria “notícias com informação útil” também duplicou desde o início dos anos 80. Outros exemplos podiam ser citados, com idênticos resultados: as características em geral identificadas com notícias *leves* tornaram-se grande parte do conteúdo noticioso.

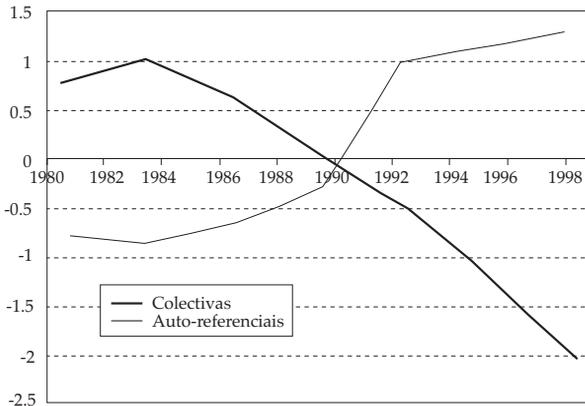
Figura 5: Crime e Desastre como tema de notícias



Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center / Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

Finalmente, as notícias *leves* foram apontadas como tendo introduzido uma mudança no vocabulário jornalístico. Tem sido dito que as notícias se tornaram mais pessoais e familiares e menos distantes e institucionais na sua forma de apresentação. Para analisar esta tese, usámos o DICTION, um programa informático que identifica a frequência de utilização, em texto, de certo tipo de palavras. Quando aplicado às notícias, o DICTION fornece indicadores precisos sobre se o vocabulário jornalístico mudou e, em caso afirmativo, como mudou. A nossa investigação mostra uma mudança significativa nesse vocabulário, o que corresponde à tese sobre o peso das notícias *leves*. De entre as categorias usadas pelo DICTION, encontram-se as categorias COLECTIVOS e AUTO-REFERÊNCIA. A categoria COLECTIVOS inclui palavras utilizadas para reflectir modos categoriais de pensamento, como agrupamentos sociais (por exemplo, multidão, humanidade), grupos organizados (exército, congresso), e entidades geográficas (país, república). A categoria AUTO-REFERÊNCIA inclui referências na primeira pessoa (por exemplo, “eu”, “eu sou”, “meu”, “eu próprio”). Nas duas últimas décadas, o uso de palavras incluídas na categoria COLECTIVOS – que faz parte do vocabulário das notícias *sérias* – diminuiu substancialmente. Em contraste, o uso de palavras contidas na categoria AUTO-REFERÊNCIA – vocabulário usado nas notícias *leves* – aumentou substancialmente. (ver Figura 6)

Figura 6: Uso de palavras com sentido colectivo e auto-referencial nas notícias



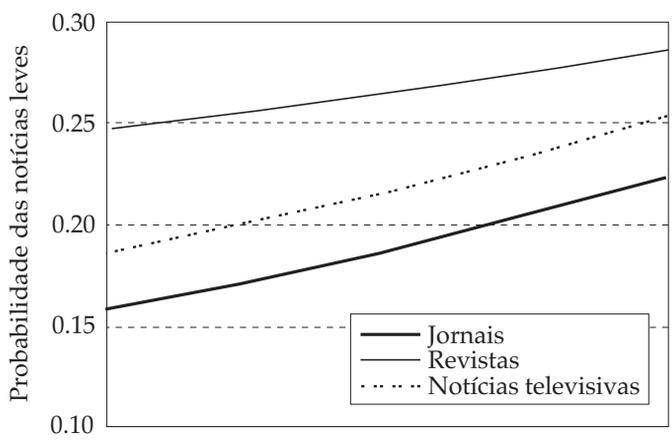
Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

Provas adicionais de mudança do vocabulário das notícias podem ser encontradas noutras categorias do DICTION. Existem 35 categorias ao todo e a maior parte aumentou, ou diminuiu, em frequência, nas duas últimas décadas, de uma forma que reflecte a tendência para notícias *leves*. Entre as categorias de palavras utilizadas mais vezes, está, por exemplo, a de INTERESSE

HUMANO que inclui pronomes pessoais, palavras que representam membros ou relações familiares e termos genéricos, como “amigo” ou “bebê”. Entre as usadas menos frequentemente está a categoria COMPLEXIDADE que corresponde à dimensão média de uma notícia (número de palavras usadas).

Como conclusão, pode afirmar-se que as notícias se tornaram consideravelmente mais *leves*. Qualquer que seja a definição que utilizemos para as notícias *leves* – como categoria residual das notícias *sérias*, conjunto de características noticiosas ou como palavras para reportar algo – elas constituem uma grande parte da cobertura noticiosa. A tendência não se manifesta, apenas, nas organizações noticiosas de carácter local ou nacional, nem está limitada a meios audiovisuais ou impressos. Não estando presente, de forma igual, em todos os media, é, contudo, evidente em todos eles. (ver Figura 7)

Figura 7: A frequência crescente das notícias *leves*



Nota: as linhas representam a probabilidade de que um leitor ou espectador têm de encontrar notícias *leves* quando expostos de forma aleatória

Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center / Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

As notícias *leves* vendem ou não?

O crescimento das notícias *leves* está registado em estudos de marketing e em estatísticas sobre as audiências, que indicam que notícias baseadas em entretenimento podem atrair e reter audiências. Estações de televisão locais fizeram disparar as suas audiências através de formatos de notícias *leves*, ao mesmo tempo que *leads* de notícias *leves* conseguiram impor-se nas primeiras páginas e na abertura de notícias (Prato, 1993: 46-52). O crime domina as notícias em estações de televisão locais, fornecendo a maior parte das principais estórias e preenchendo a maior fatia do tempo de antena (Kerbel; 2000). Algumas das maiores organizações noticiosas tornaram, também, as suas notícias substancial-

mente mais *leves*. A NBC alterou o seu bloco de notícias da noite, em 1997, acrescentando peças *leves* e reduzindo as notícias *sérias*, sobretudo do estrangeiro (McCartney, 1997). Um crítico descreveu o novo formato (Kurtz, 1997) como “as notícias animadas da NBC”, afirmando que elas podem ter ajudado esta estação a ser líder de audiências.

De qualquer forma, as estratégias de opção por notícias *leves* nem sempre foram bem sucedidas e parecem estar a tornar-se cada vez mais falíveis. As audiências de blocos informativos em estações de televisão locais pareceram, durante algum tempo, intocáveis pelo declínio das audiências em geral, mantendo-se firmes, enquanto baixavam a circulação de jornais e as audiências de notícias em grandes estações. Nos últimos anos, porém, as notícias das televisões locais perderam um quarto da sua audiência, declínio que superou o de qualquer outro meio.

Este trabalho não afirma que os estudos de mercado em que se baseia a estratégia de notícias *leves* não são rigorosos. Os resultados desses estudos ajudaram algumas organizações a comercializarem, com sucesso, o seu produto. Têm, no entanto, uma limitação substancial: concentram-se no curto prazo. Essa perspectiva é uma consequência inevitável de uma indústria muitíssimo competitiva, onde as reputações e empregos são mantidos e perdidos de acordo com os últimos níveis de audiência ou números de circulação. Mas os efeitos de curto e longo prazo das notícias *leves* podem ser bem diferentes. De facto, o sensacionalismo atrai a atenção das pessoas no primeiro instante mas um sensacionalismo interminável pode, por fim, aborrecê-las.

A história da mercantilização da informação sugere que, a longo prazo, a qualidade prevalece sobre o menos bom. Os dados apurados neste estudo sugerem que isso se mantém. Vejamos, em seguida, a opinião actual dos americanos sobre as notícias.

O que os americanos pensam das notícias que se fazem hoje

Os americanos são, no mínimo, ambivalentes sobre as notícias que se fazem hoje. Na nossa pesquisa, 49 por cento afirmou que as notícias são “excelentes” ou “boas” enquanto 51 por cento disse que são “medianas”, “fracas” ou “péssimas”. Nos extremos, apenas 9 por cento pensa que são “excelentes”, um número que não é muito diferente dos 7 por cento que pensa que são “péssimas”.

Uma larga margem de americanos afirma que as notícias são “informativas” (ver Figura 8). Consideram-nas “interessantes” mas, curiosamente, não acham que sejam “agradáveis”. Pensam que são “deprimentes”, “negativas”, e “sensacionalistas”. Dividem-se sobre se são “superficiais” ou “aprofundadas”, “distorcidas” ou “justas”. A maioria afirma que são “rigorosas”, mas mais de

dois em cinco apelidam-nas de “enganosas”. Os inquiridos tendem a acreditar que as notícias diminuíram em qualidade. Por uma margem de 5 para 3, têm tendência para pensar que as notícias “pioraram” em vez de “melhorarem”. Esta opinião é mais visível entre pessoas que seguem as notícias regularmente e entre as que seguiram as notícias tempo suficiente para se lembrarem de uma diferente “era noticiosa”. Os que pensam que as notícias se tornaram *leves* – mais sensacionalistas e superficiais – dizem, também, que a sua qualidade se deteriorou.

Figura 8: Como as pessoas apreendem as notícias

As notícias são...?	
Sensacionalistas / Sérias	58 / 42%
Deprimentes / Animadoras	84 / 16%
Enganosas / Rigorosas	42 / 58%
Desagradáveis / Agradáveis	52 / 48%
Informativas / Desinformativas	16 / 84%
Negativas / Positivas	77 / 23%
Superficiais / Aprofundadas	50 / 50%
Aborrecidas / Interessantes	23 / 77%
Distorcidas / Justas	47 / 53%

Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
/ Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

De que tipo de notícias dizem os americanos gostar?

No nosso estudo de audiência, tentámos quantificar a preferência dos entrevistados por notícias *sérias* ou *leves*, perguntando se preferiam “notícias que apenas dizem respeito a estórias sobre eventos importantes e questões que afectam a comunidade e o país” ou “notícias que focam incidentes específicos como um crime, incêndio ou acidente”. Os entrevistados tinham uma preferência clara por notícias *sérias*. (ver Figura 9)

Figura 9: Preferência por notícias sérias

Temas preferidos	
Grandes questões ou eventos (notícias sérias)	63%
Eventos específicos como crimes (notícias leves)	24
Ambos, igualmente (notícias sérias e leves)	13
	100%

Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
/ Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

Os inquiridos afirmaram preferir estórias sobre eventos principais duas vezes e meia mais do que aqueles que disseram preferir estórias sobre incidentes específicos. Numa questão seguinte, entrevistados cuja primeira resposta havia mencionado preferência por notícias sérias (logo, “consumidores de notícias sérias”) afirmaram, na proporção de dois para um, que “gostavam de ver menos” notícias *leves*. Por contraste, muitos daqueles cuja primeira escolha foi notícias *leves* (logo, “consumidores de notícias *leves*”) disseram, na proporção de dois para um, que gostavam “quase tanto” de notícias *sérias* como de notícias *leves*. (ver Figura 10)

As notícias *leves* não se limitam a estórias sobre crimes, incêndios e acidentes. Com o objectivo de obter um indicador mais amplo, os entrevistados foram questionados sobre o seu interesse em vários tipos de notícia. As estórias sobre assuntos públicos estavam de novo no topo das preferências, apesar de partilharem a sua posição com estórias relacionadas com saúde, muitas das quais do tipo *leve*. Ambas as categorias se situaram muito acima das outras, sendo, igualmente apelativas para um segmento mais vasto do público. Notícias de desporto, negócios e finanças, de crime, sobre celebridades e entretenimento eram consideradas muito menos apelativas e atraíam audiências mais pequenas – cada uma possuía algum interesse para algumas pessoas e pouco, ou nenhum, para as outras.

Figura 10: Interesse nouro tipo de notícias

	Consumidores de notícias sérias		Consumidores de notícias leves
Gosta de notícias leves quase tanto (como notícias sérias)	33%	Gosta de notícias sérias quase tanto (como notícias leves)	69%
Gostava de ver menos notícias leves	67 100%	Gostava de ver menos notícias sérias	31 100%

Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
/ Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

O uso de perguntas directas sobre as notícias preferidas fornece informação útil mas pode levar a parcialidade nas respostas. De facto, assim como algumas pessoas exageram nas respostas sobre a regularidade com que votam, também podem exagerar quando afirmam interessar-se por notícias sobre questões públicas. Podem, também, ter relutância em admitir ter interesse em notícias sobre crime ou celebridades. Para reduzir estas fontes potenciais de erro na quantificação, desenvolvemos um teste indirecto de preferências, usando 21 títulos representativos de títulos de notícias *leves* e *sérias* surgidos com frequência. Para cada título, foi perguntado aos entrevistados qual o seu interesse numa notícia com aquele título. O teste confirmou os resultados anteriores: para a maioria

dos inquiridos as notícias *sérias* são mais apelativas que as notícias *leves*. Por outro lado, os consumidores de notícias *sérias* são menos tolerantes face a notícias *leves* do que os consumidores de notícias *leves* em relação a notícias *sérias*. (ver Figura 11)

Figura 11: Os títulos das notícias *sérias* despertam maior interesse?

	Todos os inquiridos	Consumidores de notícias <i>sérias</i>	Consumidores de notícias <i>leves</i>
Títulos de notícias <i>sérias</i>	3.34	3.44	3.04
Títulos de notícias <i>leves</i>	3.14	3.04	3.33

Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center / Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

Quem presta maior atenção às notícias – consumidores de notícias *sérias* ou de notícias *leves*?

Considerámos como usando *regularmente* os media os entrevistados que declararam possuir uma exposição quase diária aos media noticiosos⁴. Segundo este princípio, 33 por cento dos americanos lê, regularmente, as páginas de um jornal diário, 43 por cento assiste, regularmente, a notícias na televisão local, 29 por cento vê notícias em canais nacionais, ou de cabo, numa base regular e 24 por cento ouve regularmente notícias na rádio⁵.

Os consumidores de notícias *sérias* consomem muito mais notícias. Quarenta por cento deles lê regularmente um jornal diário contra, apenas, 26 por cento dos consumidores de notícias *leves*. No caso das notícias de canais de televisão nacionais, os consumidores de notícias *sérias* são 46 por cento contra 27. A diferença, em termos de notícias de rádio, é ainda maior – 28 por cento contra 11. Apenas no caso das notícias de televisão de canais de âmbito local os hábitos são semelhantes – 45 por cento dos consumidores de notícias *sérias* e 47 por cento dos consumidores de notícias *leves* são espectadores habituais.

Concluindo, os consumidores de notícias *sérias* são a maioria da audiência de notícias. Há mais pessoas interessadas em notícias *sérias* do que em notícias *leves* e aqueles que preferem notícias *sérias* dedicam muito mais tempo às notícias.

Estarão as notícias *leves* a contribuir para o declínio das audiências?

A inclusão de notícias *leves* tem sido a resposta da indústria dos media ao problema da diminuição das audiências. No entanto, como sugerimos anteriormente, o seu efeito, a longo prazo, no público pode ser contrapro-

ducente. As notícias *leves* podem estar a diminuir o nível geral de interesse nas notícias.

Esta hipótese é evidente nas percepções, opiniões e comportamento dos consumidores de notícias *sérias*, que constitui o principal grupo de consumo, apesar de se mostrar pouco satisfeito com as notícias. Comparada com a audiência de notícias *leves*, a audiência de notícias *sérias* é mais inclinada a classificar as notícias como:

- “Medianas”, “fracas” ou “péssimas” em vez de “boas” ou “excelentes”;
- Com tendência para piorar, em vez de para melhorar;
- Parciais, em vez de justas;
- Sensacionalistas, em vez de sérias;
- Enganosas, em vez de rigorosas;
- Superficiais, em vez de aprofundadas;
- Desinformativas, em vez de informativas;
- Desagradáveis, em vez de agradáveis;
- Negativas, em vez de positivas;
- Deprimentes, em vez de animadoras;
- Aborrecidas, em vez de interessantes.

Em qualquer outro negócio, este tipo de respostas por parte do principal grupo de consumo provocaria algum alarme. Ora, isso devia acontecer, também, com a indústria dos media, nos EUA dado a sua principal audiência estar pouco satisfeita com o produto a que tem acesso. Quando comparados com os consumidores de notícias *leves*, afirmam, também, que estão a prestar menos atenção às notícias do que no passado. As razões que apresentam referem-se a queixas sobre as notícias *leves*: “demasiado crime e drogas”, disse um entrevistado. “Mostram mais coisas más que boas”, afirma outro.

O exemplo das televisões locais

Como anteriormente referido, a televisão local tem uma audiência noticiosa regular constituída, de igual modo, por consumidores de notícias *sérias* e *leves*. Noutros mercados, os consumidores de notícias *leves* são o grupo menor. A sua atenção a notícias em televisões locais é, sem dúvida, atribuível ao seu conteúdo mais *leve*. Ainda assim, as notícias podem afastá-los, ou atraí-los. Porque é que os consumidores de notícias *sérias* não prestam mais atenção a notícias de televisão em canais locais? Porque é que não são a maioria da sua audiência, dado que são a grande maioria das outras audiências? Será que as estações locais os estão a afastar por causa da estratégia de notícias *leves*?

O *Newslab* levou a cabo, recentemente, um estudo que pretendeu determinar porque é que as notícias de televisões locais, em tempos não afectadas pelo

declínio de audiências, têm perdido grande parte das suas audiências nos anos mais recentes (Potter e Gantz, 2000). O estudo do *Newslab* incluiu um inquérito nacional a 500 espectadores de notícias locais (habituais ou menos frequentes). Muitos disseram que tinham diminuído o tempo de visionamento porque deixaram de considerar que o conteúdo dos blocos informativos valesse a pena. As razões invocadas constituem um rol de queixas sobre notícias *leves*:

- “demasiado crime” (32%);
- “raramente apresentam coisas positivas” (24%);
- “sempre a mesma coisa” (25%);
- “demasiadas histórias cor-de-rosa” (25%);
- “demasiado negativas” (23%).⁶

O Projecto *Excelência no Jornalismo* tem vindo a monitorizar, sistematicamente, o conteúdo e os índices de audiência de 146 programas de informação em estações locais de televisão. Quase dois terços das estações com programas de informação de maior qualidade tiveram um aumento dos índices de audiência nos últimos anos, o que corresponde a uma percentagem maior do que em qualquer outra categoria (Rosenstiel, Gottlieb e Brady, 2000).

Apesar da investigação do *Newslab* incidir nas notícias de canais locais de televisão, o desempenho da *National Public Radio* (NPR) mostra que as notícias *sérias* têm poder de captação. A NPR é a única empresa audiovisual de cariz nacional que conseguiu um aumento de audiências desde os anos 80. Apesar de se basear em peças *leves* e em notícias *sérias*, as primeiras tendem a interpretar as notícias *sérias* do dia. A NPR tem uma maior audiência de notícias *sérias* do que outras empresas jornalísticas audiovisuais, ou do que o típico jornal diário.

Fragmentação contínua e notícias *sérias*

O objectivo deste trabalho não é propor estratégias específicas de mercado⁷. O que se pretende é levantar questões sobre em que medida as tendências que afectam o conteúdo das notícias pode estar a influenciar o interesse das pessoas nessas mesmas notícias. Há, todavia, uma questão que tem implicações importantes nas estratégias de conteúdo das notícias: as audiências vão continuar a fragmentar-se à medida que os novos competidores, incluindo os que operam na Internet, disputarem o seu *share*. Como mostra a história da rádio e da televisão por cabo, um mercado altamente fragmentado compensa quem apela a um segmento específico da audiência. Nos primeiros dias da rádio, as estações mais fortes eram aquelas que ofereciam programação genérica. Com o tempo, as pessoas tornaram-se mais selectivas e a rádio tornou-se um meio que funciona

por nichos: estações de música *country*, estações de clássicos, estações de tabelas de sucessos, estações apenas de notícias e outras.

Quando as fontes de informação são abundantes, as pessoas têm tendência para gravitar em torno das que oferecem um produto diferenciado. A forma como as pessoas navegam na televisão por cabo é um exemplo. Apesar de existirem muitos canais disponíveis, o utilizador típico concentra-se em 6 ou 8, regressando sempre aos mesmos e mantendo-se alerta para algo interessante que surja. É óbvio que esses 6 ou 8 canais variam de utilizador para utilizador, segundo os interesses de cada um. Enquanto o mercado continuar a fragmentar-se, as estratégias terão certamente como alvo os consumidores de notícias *leves* ou *sérias*. A procura de notícias *sérias* deverá ser maior devido a uma maior número de consumidores desse tipo de notícias. A estratégia que provavelmente falhará será a que visar, ao mesmo tempo, consumidores de notícias *leves* e *sérias*. O problema deste tipo de estratégia é já evidente nas estações locais de televisão: um estudo recente demonstrou que os noticiários que privilegiam notícias *sérias* ou *leves* têm maiores níveis médios de audiência do que aqueles que se situam no meio termo (Rosentiel, Gottlieb e Brady, 2000).

Os limites das notícias *leves*

As notícias *leves* têm um lugar. De facto, mesmo os mais convictos consumidores de notícias *sérias* gostam da diversão que as notícias *leves*, divertidas ou dramáticas podem fornecer. Mas as notícias *leves* são base fraca para um programa de informação ou um jornal. Construir as notícias com base em algo que não sejam questões públicas é como construir em areia. As pessoas prestam atenção às notícias diárias porque estão interessadas em acompanhar a sua comunidade, o país e o mundo. Mesmo a maior parte daqueles que preferem notícias *leves* admite que gosta também de notícias *sérias*. As notícias *leves* podem tornar a informação mais interessante, mas não podem servir-lhe de suporte.

Se usadas com contenção, as notícias *leves* podem alargar a audiência, atraindo pessoas que consideram as notícias mais agradáveis quando possuem um toque de drama pessoal. Contudo, doses elevadas de notícias *leves* podem, em última análise, enfraquecer a audiência, tal como a melhor *sitcom* pode perder audiência no seu final. As notícias *leves* são repetitivas e mesmo, até certo ponto, cansativas. Os rostos das notícias *leves* mudam diariamente – a vítima de um crime hoje não é a mesma de amanhã – mas são substituíveis à medida que aumentam em número.

As notícias *sérias* afectam a audiência de uma forma muito diferente. Era bom poder afirmar que as notícias *sérias* são a revelação diária da história de um povo. Mas essa é apenas uma curta imagem de momentos-chave na

vida pública. Os enredos e personagens mudam constantemente e as apostas são, por vezes, altas. É um dado contínuo que afecta todos e que, por mais de um século, tem sido a razão primeira para que milhões de pessoas escolham, todos os dias, gastar algum do seu tempo a ler, ver, ou ouvir notícias. Às notícias *leves* falta esse tipo de poder de atracção.

Jornalismo crítico vs Jornalismo credível

“O jornalismo e a democracia partilham um mesmo destino”, escreve James Carey, da *Graduate School of Journalism* da Universidade de Columbia. “Sem as instituições ou o espírito de democracia, os jornalistas estão reduzidos a propagandistas ou a animadores”. E acrescenta: “Quando os jornalistas medem o seu sucesso apenas pela dimensão da sua audiência, pelos lucros das suas empresas, ou pelos seus salários, estatuto e visibilidade, caíram na tentação de se julgarem (falsos) deuses e trocaram o seu património profissional por um prato de lentilhas...” (Carey, 1999: 16-17).

O que Carey podia ter acrescentado é que as notícias e a política partilham um mesmo destino. O interesse nas notícias e o interesse na política estão intimamente ligados. Uma menor atenção dada às notícias coincide com um menor interesse concedido à política. As notícias são uma janela para o mundo das questões públicas. Sem o interesse por esse mundo, há poucas razões para acompanhar as notícias. E pessoas que não têm grande interesse em política não consomem, de facto, muitas notícias.

É neste contexto que uma segunda tendência das notícias – o jornalismo crítico – se torna uma questão importante. O jornalismo crítico enfraqueceu o interesse das pessoas na política e, com isso, o seu interesse nas notícias.

A ascensão do Jornalismo Crítico

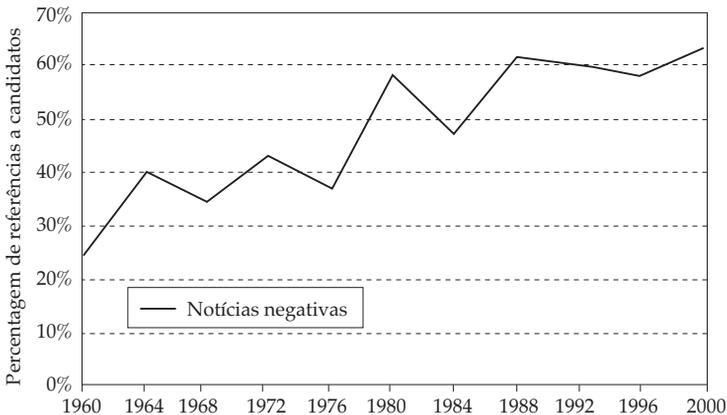
O jornalismo tradicional começou a ser criticado no seio dos próprios media na década de 60. As regras existentes defendiam que os repórteres deviam conter a especulação e limitarem-se a relatar os factos. Sob essas regras, os jornalistas tinham uma vantagem: eram as suas palavras e acções públicas que determinavam o conteúdo da cobertura política. Com o Vietname e Watergate, as regras jornalísticas mudaram, quando as mentiras das administrações Johnson e Nixon convenceram os jornalistas de que tinham faltado ao seu dever e desiludido a nação por terem acreditado na palavra dos líderes políticos. Dois presidentes tinham mentido e, a partir daí, as palavras e acções dos políticos não seriam, nunca mais, aceites indiscutivelmente como credíveis (Kampelman, 1978: 7-41). Outros aspectos – incluindo o crescente estatuto de celebridade

dos jornalistas de televisão e a competição pelas audiências – alimentaram, também, um jornalismo mais crítico. (Taylor, 1990:23).

Hoje, os jornalistas vêem falhas em quase tudo o que os políticos fazem ou dizem. Os media noticiosos já não têm grande respeito pela vida privada de representantes públicos – até o seu comportamento íntimo é terreno para estórias noticiosas. Como sugere Michael Robinson, os jornalistas parecem ter virado a questão ao contrário: “Se não têm nada de mau a dizer sobre alguém, não digam nada” (citado em Patterson, 1991: 157).

Como resultado disso, a cobertura negativa de questões políticas cresceu de forma significativa nas últimas décadas. A cobertura negativa de candidatos presidenciais, por exemplo, supera agora a cobertura positiva (Patterson, 1993; Lichter e Noyes; 1997) (ver Figura 12). Em 1990, segundo o *Center for Media and Public Affairs for the Shorenstein Center* (2000), a cobertura negativa do Congresso e dos seus membros atingiu os 80 por cento; desde 1976, cada presidente, – Carter, Reagan, Bush e Clinton – teve maior cobertura negativa que o seu antecessor; as agências federais não tiveram melhor sorte: entre 1990-1995, por exemplo, nem um único departamento de agência teve maior cobertura positiva que negativa. A imprensa representa os líderes políticos americanos como se eles fossem completamente incompetentes e só pensassem no seu próprio benefício. (Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center, 2000.)

Figura 12: Cobertura negativa de candidatos presidenciais

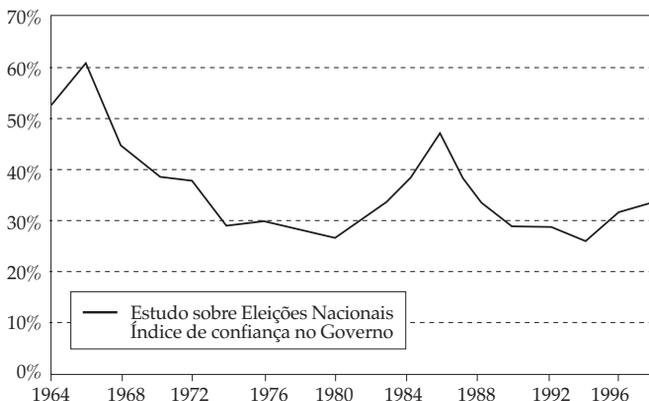


Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

Declínio do interesse e da confiança na política

As notícias negativas enfraqueceram a ligação entre os americanos e a política. A confiança no governo caiu a pique nas últimas quatro décadas.

Figura 13: A confiança no Governo diminui



Fonte: The National Election Studies, Center for Political Studies, University of Michigan.

A mudança não foi constante. Depois de 1980, e mesmo recentemente – em ambos os casos, como resposta a uma economia mais forte – a confiança cresceu, mas em nenhum momento, nas últimas três décadas, se aproximou dos seus níveis anteriores. Entretanto, desceu substancialmente o número de americanos que pensa que a maioria dos governantes é honesta, mal chegando, agora, a quase metade do que era em 1968, durante a guerra do Vietname. (ver Figura 14)

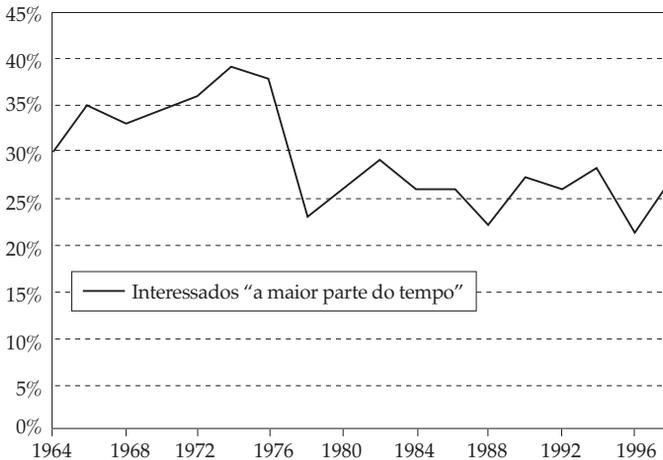
Figura 14: A confiança na honestidade dos políticos diminui



Fonte: The National Election Studies, Center for Political Studies, University of Michigan.

O interesse em questões públicas também diminuiu substancialmente (ver Figura 15). O número de americanos que afirma estar interessado em questões públicas “a maior parte das vezes” caiu de 35 para 25 por cento. Algumas décadas atrás, quase o dobro dos americanos dava essa resposta, relativamente aos que afirmavam o seu interesse apenas “de vez em quando”. Hoje, o número de pessoas que diz estar interessado em questões públicas “de vez em quando” é igual ao número de pessoas que afirmam estar interessadas “a maior parte das vezes” (25 por cento).

Figura 15: O interesse nas questões públicas diminuiu



Fonte: The National Election Studies, Center for Political Studies, University of Michigan.

Jornalismo crítico e diminuição do interesse pelas notícias

O jornalismo crítico contribuiu para o declínio do interesse e confiança na política. Não será o único factor, nem necessariamente o mais importante. Os escândalos que têm abalado a confiança dos americanos na presidência, entre os quais a actual política de financiamento e o tráfico de influências, contribuíram, também, para isso. Do mesmo modo as transformações sociais levaram a essa situação. Os jovens adultos da América são menos interessados por política do que anteriores gerações de jovens adultos (ver caixa). Ainda assim, o jornalismo crítico tem responsabilidades no problema. Trabalhos de investigação mostram que as notícias negativas estão a corroer a confiança e interesse dos americanos na política (Cappela e Jamieson, 1997), o que contribuiu para diminuir o interesse nas notícias. Tal como a política se torna menos atraente para os cidadãos, o mesmo acontece com as notícias. Os indivíduos que têm forte

interesse por questões políticas mantêm maior interesse em acompanhar de perto as notícias do que aqueles com um interesse menor. Quando o interesse na política cai, o mesmo acontece com o consumo de informação. (ver Figura 16)

Figura 16: O interesse na política influencia o consumo de notícias

Consumo de notícias	Muito interesse	Interesse moderado	Pouco interesse
Alto	84%	37%	15%
Médio	14	46	34
Baixo	2	17	51
	100%	100%	100%

Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
/ Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

Outros indicadores revelam resultados idênticos. Na nossa investigação, foi perguntado aos inquiridos que não acompanham as notícias com regularidade porque não lhes prestam maior atenção. Percepções negativas da política foram um factor proeminente nas respostas: 59 por cento afirmou que “a política se tornou bastante nojenta”, merecendo menos atenção, sendo essa uma razão, “de alguma forma”, ou “muito” importante para não prestarem maior atenção às notícias. Além disso, as pessoas estão agora a prestar “menos” atenção às notícias porque têm a percepção de que elas são, hoje, mais “negativas” que “positivas”. Entre aqueles que afirmam prestar menos atenção hoje do que há alguns anos atrás, 93 por cento sente as notícias como maioritariamente negativas no seu tom. (ver Figura 17)

Figura 17: As pessoas que consideram que as notícias são negativas prestam-lhes menos atenção

As notícias são:	Mais atenção	Alguma atenção	Menos atenção
Positivas	31%	16%	7%
Negativas	69	84	93
	100%	100%	100%

Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
/ Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

As más notícias vendem – mas não em todas as áreas temáticas

Alguns jornalistas podem afirmar que as más notícias vendem – sempre foi assim, sempre será – e que, independentemente do que as pessoas possam

afirmar, são, na realidade, mais atraídas do que repelidas por essas notícias. Contudo, esta posição, ainda que verdadeira, não é relevante no contexto da presente discussão. De facto, este estudo baseia-se no efeito a longo prazo da cobertura negativa das questões políticas, no interesse das pessoas na política e, daí, nas notícias.

Apesar do velho provérbio que diz que “notícias más são boas notícias” é útil analisar a sua validade no contexto mais estrito das peças noticiosas específicas. No nosso teste sobre Títulos submetemos duas versões de cada um dos 21 títulos. Uma delas era uma versão positiva (por exemplo, “Menina sobrevive a incêndio”) e a outra negativa (por exemplo, “Menina morre em incêndio”). Metade dos inquiridos foi submetida à versão positiva e a outra metade à negativa, tendo cada um respondido, ainda, a uma mistura dos dois tipos. Os títulos negativos atraíram maior interesse do que os positivos. A diferença não foi muita e o tom revelou-se menos importante do que o conteúdo. Já as versões, negativa e positiva, de um título sobre o conflito no Médio Oriente atraíram maior interesse que as duas versões de um título sobre as acusações de toxicodependência envolvendo um jogador profissional de futebol americano. Não obstante, os títulos negativos atraíram maior interesse, em média, do que as suas versões positivas. (ver Figura 18)

Figura 18: Preferência por notícias positivas e negativas

	Todas as notícias	Notícias leves	Notícias sérias
Média por títulos positivos	3.25	3.11	3.37
Média por títulos negativos	3.31	3.23	3.33

Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
/ Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

No entanto, estes dados verificam-se, apenas, no que respeita às notícias *leves*. As versões positivas dos títulos das notícias *sérias* conseguiram, na realidade, atrair maior interesse, em média, do que as versões negativas. As pessoas consideram uma estória sobre um acidente fatal mais interessante do que uma sobre um acidente não-fatal, mas uma estória sobre um plano público falhado não atrai, necessariamente, maior atenção que uma sobre um plano bem sucedido. Na realidade, os americanos parecem tão fartos de notícias

negativas sobre questões políticas como de campanhas políticas negativas. De acordo com estudos recentes, a maioria dos americanos acredita que o relato de questões de natureza pública se tornou demasiado negativo, demasiado sensacionalista e demasiado inoportuno.

Caminhar para um jornalismo mais credível

A ideia de que as notícias são demasiado negativas é rejeitada por muitos jornalistas, que afirmam fazer, apenas, o seu trabalho. Segundo dizem, o público é melhor servido por uma imprensa altamente céptica e intrusiva do que por uma complacente. O correspondente da CNN, Bob Franken, afirma: “historicamente não é suposto sermos populares e é quase o nosso papel sermos os portadores de más notícias” (citado em Carvajal, 1998: 28).

No entanto, o jornalismo crítico coloca uma responsabilidade enorme no jornalista. Teoricamente, exige-lhe que investigue cabalmente o comportamento dos representantes oficiais e traga à luz do dia as suas falhas. E, na verdade, existiram casos onde um jornalismo de investigação cuidadoso contribuiu para uma governação mais correcta. No princípio da década de 70, por exemplo, os media noticiosos dos Estados Unidos, através das investigações sobre o caso Watergate, contribuíram para a demissão do presidente Richard Nixon. O jornalismo de investigação exige, porém, uma disponibilidade de tempo para se dedicarem a uma matéria que os jornalistas geralmente não têm. Normalmente, é necessário um grande esforço para determinar a validade das afirmações de um político, ou para provar casos de erros, ou inaptidão. As pressões de um ciclo noticioso de 24 horas tornam praticamente impossível, a um jornalista, investir regularmente numa reportagem de investigação de alta qualidade.

Como consequência, a maior parte do conteúdo negativo das notícias surge do uso que os jornalistas fazem das fontes, em vez de uma investigação profunda. Quando um político faz uma afirmação ou actua de determinada maneira, os jornalistas criticam-no. O elemento crítico é fornecido, não por uma avaliação rigorosa da afirmação, ou acção, mas pela introdução de uma contra-afirmação: “Isso tornou-se um procedimento de rotina... Em vez de notícias simples, [os jornalistas], baseados em supostas normas profissionais, preferem sustentar uma controvérsia. Este procedimento ou desvio do jornalismo crítico explica, a nosso ver, o elevado nível de crítica nas notícias.” (Westerstahl e Johansson, 1986: 146-149). Segundo o cientista político Larry Sabato, este tipo de notícia crítica é melhor descrito como “jornalismo de ataque” (Sabato, 1991:1). A notícia crítica é orientada para o conflito superficial e para a controvérsia, em vez de se orientar para a análise cuidada e para o questionamento. A cobertura do Congresso controlado pelos democratas por

parte dos media nacionais, em 1993-1994, foi quase 70 por cento negativa – sendo descrito como um Congresso “sem acção”. Quando o Congresso mudou para mãos republicanas, em 1995-1996, a sua cobertura foi, também, 70 por cento negativa – sendo descrito como um Congresso “com demasiada acção” (Center for the Media and Public Affairs for the Shorenstein Center, 2000).

O jornalista tornou-se, cada vez mais, um participante directo. Deixando de se sentir obrigados a centrar a estória nas palavras e acções dos protagonistas, os jornalistas tornaram-se, eles próprios, o centro das notícias. Na cobertura televisiva da campanha presidencial de 2000, por exemplo, os jornalistas que acompanharam os candidatos falaram seis minutos por cada minuto concedido às palavras do próprio candidato. Os jornalistas fazem, regularmente, rápidas apreciações sobre o que os políticos dizem e fazem (Patterson, 1993: 16-21; Steele e Barnhurst, 1995: 16). Apesar de as suas opiniões se deverem reger pela regra da neutralidade partidária, não há uma norma que limite a negatividade (Patterson, 1996: 97-108).

Figura 19: Percentagem de tempo de antena sobre as Eleições Presidenciais

**Da 1ª segunda feira de Setembro
à 1ª terça feira de Novembro de 2000**

Jornalistas	74%
Candidatos	12
Todos os outros	14
	100%

Fonte: Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center /
Smith Richardson Notícias Leves Projecto, 2000.

A verdadeira parcialidade da imprensa não é, hoje, de natureza partidária, mas existe uma tendência marcada para relatar o que está mal na política e nos políticos, em detrimento do que está bem. Este tipo de jornalismo passa por “vigilante”, mas é quase tão ideológico como a sua premissa: a maioria dos políticos são tidos como incompetentes, corruptos ou mentirosos e o papel dos jornalistas é dar conta disso (Westerstahl e Johansson, 1986:141). Entre 1972-1992, os escândalos (acordos financeiros, casos de índole sexual, etc.) passaram de 4 para 17 por cento da cobertura sobre o Congresso – 1 em cada 6 estórias (Center for the Media and Public Affairs for the Shorenstein Center, 2000).

Proteger a ideia de um jornalismo “vigilante”

Seria, contudo, um erro concluir que o jornalismo crítico prejudica, invariavelmente, a liderança política e corrói o processo democrático. O jornalismo “vigilante” é uma salvaguarda vital contra abusos de poder. Não se pode confiar que os políticos ajam sempre correctamente e os media noticiosos são uma forma de verificar as incorrecções. O público precisa de um jornalismo “vigilante”, com discernimento, que distinga verdadeiros abusos de pequenos erros de julgamento e acção dos representantes oficiais. Ao falhar nessa tarefa, o jornalismo pode “envenenar o poço”, enfraquecendo o laço de confiança necessário a uma governação efectiva. Sondagens recentes indicam que a maioria dos americanos acredita que o cepticismo do jornalismo é um factor importante para evitar que os políticos abusem do poder. Mas, por outro lado, a maioria dos americanos afirma, também, que o jornalismo atrapalha a resolução dos problemas da sociedade. O cepticismo do jornalismo é, assim, visto tanto como um obstáculo à governação efectiva, como uma forma de protecção contra políticos não cumpridores.

Contudo, o jornalismo pode estar a comprometer o seu papel de “vigilante” com o zelo que coloca na procura de escândalos e erros. Quando o público é inundado, dia após dia, de notícias sobre o que está mal no governo, baixam as suas expectativas quanto aos seus representantes e diminui a sua confiança na apreciação dos media. Um efeito disso pode ser a rejeição, por parte do público, da controvérsia lançada pelos media. Essa foi, aliás, a reacção do público à cobertura noticiosa inicial do escândalo Clinton-Lewinsky. Apesar dos media noticiosos terem insinuado que o presidente poderia ser obrigado a pedir a demissão, o público reagiu de forma diferente. A cobertura noticiosa foi tão sensacionalista, tão deprimente e tão enraizada no boato que a maioria dos americanos pensou que isso era injusto para Clinton, aceitando a sua presidência, apesar de não aprovar o seu comportamento. Se existiu algum alerta para o jornalismo “vigilante”, foi o escândalo Lewinsky. Tendo “ladrado” demasiado, o jornalismo não tinha onde “morder”.

O jornalismo crítico deveria dar lugar a um jornalismo mais credível. Tratar-se-ia de um tipo de jornalismo que não ignoraria os erros dos detentores de cargos públicos e que não cederia a agenda dos media aos promotores dos acontecimentos. Contudo, dar-lhes-ia voz adequada, prestaria atenção suficiente ao que o governo faz bem e avaliaria os erros dos políticos segundo padrões razoáveis. Notícias com estas características ajudariam a restaurar a confiança, quer na política quer no próprio jornalismo.

Conclusão

O decréscimo das audiências constitui uma ameaça e um desafio aos media noticiosos dos Estados Unidos, que têm respondido através do aumento de notícias *leves* e de um jornalismo crítico. Porém, a procura incessante de matérias apelativas vai contra o ideal do jornalismo de fornecer aos cidadãos a compreensão clara do seu papel na sociedade. As notícias *leves* e negativas distorcem a percepção do público relativamente ao que o jornalista Walter Lippman apelidava como “o mundo lá fora”. A ironia está no facto de, a longo prazo, essas distorções tornarem o mundo menos atractivo e menos convidativo. Quando o interesse em questões públicas diminui, diminui, também, o interesse nas notícias.

A democracia não pode funcionar de forma eficaz sem uma imprensa livre que desempenhe, bem, o papel de “vigilante” e de fonte de informação dos cidadãos. Por outras palavras, para que a democracia seja efectiva o jornalismo deve desempenhar bem o seu papel. Como defendemos neste texto, o que é bom para a democracia também é bom para o jornalismo. A longo prazo, a melhor forma de atrair o público para as notícias é oferecer-lhe um relato equilibrado das questões públicas. O contrário é acreditar que as pessoas seguem as notícias pelo seu valor de entretenimento ou pelo choque que provocam. A longo prazo, as notícias tenderão a ser cada vez mais entretenimento e menos informação, para satisfazer os que pretendem distração. Mas, se estes puderem ser, temporariamente, convencidos a mudar de disposição, talvez possam seguir as notícias, ainda que de forma irregular. Entretanto, se as notícias continuarem a ser cada vez mais *leves*, os interessados em notícias *sérias* terão menos interesse em segui-las, por serem demasiado *leves* ou desinteressantes para o seu gosto. Esses leitores, telespectadores e ouvintes serão irrecuperáveis. De facto, criar, ou perder, hábitos de leitura de jornais leva anos, mas uma vez perdidos não se recuperam facilmente.

ANEXO 1

Jovens adultos: porque razão não se interessam pelas notícias ou pela política

Cerca de metade dos jovens adultos do nosso tempo não presta atenção significativa às notícias. Não lê um jornal diário com regularidade e não segue de perto as notícias diárias na televisão, embora o faça ocasionalmente. Qual a razão desta situação? A explicação mais comum é a de que os jovens adultos não têm hábitos de leitura. Isto é verdade para muitos deles, podendo ser essa a causa de não lerem jornais. Mas, quase todos vêem televisão e muitos vêem-na bastante. Porque não são, então, as notícias televisivas vistas regularmente?

A primeira razão é a de que os jovens adultos não têm grande interesse pela política. Comparados com os 25 por cento de adultos mais velhos, 42 por cento com menos de 30 anos expressa pouco, ou nenhum, interesse pela política. O interesse na política e a exposição às notícias estão intimamente relacionados ($r=.56$). À medida que o interesse dos jovens na política aumenta, cresce também o seu nível de exposição às notícias. O problema está no facto de muitos deles não se interessarem por política.

Porque é que isto acontece? Apesar de os jovens adultos terem, geralmente, menor interesse pela política do que as pessoas mais velhas, os jovens adultos de hoje são ainda mais desinteressados. Cresceram numa era em que as questões políticas eram de pouca relevância e a televisão por cabo e a sua programação de entretenimento dominavam a vida doméstica. As suas experiências de infância foram muito diferentes das da geração que os precedeu. Essa geração foi criada com o Vietname, os direitos cívicos, a Guerra Fria e o Watergate. Vinte e quatro por cento dos que a ela pertencem dizem que, durante o seu processo de crescimento, era dada, em casa, “bastante” atenção à política. Apenas um terço diz que essa atenção “não era muita”. Em contraste, entre os que integram a última geração de jovens adultos, apenas 14 por cento afirma que a atenção dada, em casa, à política era “bastante” e mais de 50 por cento diz que “não era muita”.

A geração mais antiga cresceu quando a maioria dos aparelhos de televisão na América estava sintonizada, à hora de jantar, nos telejornais da ABC, CBS, ou NBC. Essa geração foi criada com televisão hertziana e, na maioria dos mercados, os telejornais eram, ao início da noite, os programas de mais fácil acesso. A actual geração de jovens adultos cresceu com televisão por cabo. A programação de entretenimento era de fácil acesso a qualquer hora, tendo dominado a sua exposição à televisão. Apenas 39 por cento desta geração diz que, enquanto crescia, as notícias eram “uma parte do seu quotidiano doméstico”. De entre as pessoas da geração precedente – aqueles que cresceram na “época de ouro” da televisão hertziana – 59 por cento afirma que as notícias eram “uma parte do seu quotidiano doméstico”.

Para os analistas que tentam compreender as razões que levam os jovens adultos de hoje a terem tão pouco interesse nas notícias, ou na política, a resposta reside, em grande parte, nas experiências de infância que acabam de ser descritas. Esta geração não conviveu nem com política nem com notícias. E muito do que viu nestes dois domínios foi desencorajador – notícias negativas e política baseada em escândalos. Alguns desses americanos vão adquirir maior interesse pelas notícias e pela política quando entrarem na idade adulta, mas as suas experiências de socialização na infância terão um impacto duradouro. Não se pode esperar que adquiram plena e rapidamente o que não adquiriram enquanto cresciam.

Notas

¹ Texto com o título *Doing Well and Doing Good: How Soft News and Critical Journalism are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy – And What News Outlets Can Do About It*, disponível na Internet em <http://www.ksg.harvard.edu/presspol/publications/pdfs/softnews.pdf>

² Apesar de o conceito de “notícias leves” ter sido frequentemente usado em trabalhos de investigadores, poucos tentaram quantificá-lo de forma sistemática. O estudo substancial mais antigo foi conduzido por Scott e Gobetz (1992). Essa investigação deu conta de um pequeno aumento no número de notícias *leves*, especialmente nos encerramento de blocos noticiosos. Contudo, o estudo de Scott e Gobetz baseava-se em resumos de blocos noticiosos e não nas verdadeiras peças, analisando apenas períodos de uma ou duas semanas em cada ano.

³ O termo é usado no sentido lato, abrangendo as políticas ligadas à acção do governo e a actividade político-partidária.

⁴ Foram utilizadas duas perguntas para cada meio com o objectivo de determinar que entrevistados podiam ser classificados como espectadores regulares. Em relação a notícias da televisão nacional, por exemplo, foi perguntado em primeiro lugar: “Assiste a noticiários de âmbito nacional, como os blocos noticiosos da ABC, NBC, CBS ou CNN, quase todos os dias, duas vezes por semana, ou com menos regularidade que isso?”. Foi-lhes depois perguntado: “Quando está a ver noticiários de âmbito nacional, costuma ver a maior parte das notícias, ou muda para outro programa não noticioso ao fim de alguns minutos?”. Os inquiridos que afirmaram ver notícias quase todos os dias e a maior parte dos blocos noticiosos foram categorizados como espectadores regulares de notícias de televisão de âmbito nacional.

⁵ Aos inquiridos foi também perguntado se confiam na Internet no que diz respeito a notícias diárias. Cinco por cento qualificaram-se como consumidores regulares de notícias via Internet. No entanto, este número pode exagerar o uso da Internet como fonte de notícias diárias. Outras questões que colocámos àqueles que afirmaram confiar na Internet sugerem que a maior parte do consumo de notícias por aquele meio é ocasional e flutuante – isto é, as notícias são normalmente encontradas enquanto se procuram outras informações na Internet e esses “encontros” duram normalmente segundos, em vez de minutos.

⁶ Alguns espectadores locais menos frequentes já não assistiam porque, presente-mente, estão ocupados, ou fora de casa à hora dos blocos noticiosos. Todos os media têm, por esta razão, diminuição gradual de audiência que é compensada pelos ganhos de audiência junto das pessoas que têm agora mais tempo. Os leitores, espectadores e ouvintes irrecuperáveis são os que deixaram de prestar atenção porque não gostam das notícias.

⁷ Apesar do estudo não ter sido concebido para fornecer orientações precisas, existem alguns resultados esclarecedores. Por exemplo, pessoas que se descrevem como “ocupadas” têm uma preferência mais vincada por notícias *sérias* e menos tolerância às notícias *leves* do que as “menos ocupadas”. E numa relação de 3 para 1, as pessoas ocupadas focam a sua atenção em informação sobre questões públicas, classificando-as

no lugar mais alto no que respeita às suas expectativas sobre o conteúdo noticioso. Aparentemente as pessoas ocupadas dizem ter menos tempo para notícias *leves*. Quando prestam atenção às notícias, procuram ser informadas em vez de entretidas e querem a informação formatada de forma concisa.

Bibliografia

- Auletta, K. (1991), *Three Blind Mice*, New York: Random House.
- Cappella, J. e Jamieson, K. (1997), *Spiral of Cynicism*, New York: Oxford.
- Carey, J. (1999), Lawyers, Voyeurs, and Vigilantes. In *Media Studies Journal*, Spring/Summer, pp. 16-17.
- Carvajal, D.(1998), For News Media, Some Introspection, *The New York Times*, April 5, 28.
- Center for Media and Public Affairs for Shorenstein Center (200). O Smith Richardson Notícias Leves Projecto.
- Davis, R. (1996), *The Press and American Politics*, Upper Saddle River, N.J.: Prentice-Hall, 108-109.
- Diamond, E. (1991), *The Media Show*, Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Donsbach, W., *Soft News*, trabalho não publicado, p. 1.
- Ehrlich, M. (1996), The Journalism of Outrageousness. In *Journalism and Mass Communication Monographs* No. 155.
- Frank, R. (1991), *Out of Thin Air: The Brief Wonderful Life of Network News*. New York: Simon & Schuster.
- Gamson, J. (1995), *Incredible News: Tabloids Meet News*, Current No. 370: 3-5.
- Graber, D. (1988), *Processing the News*, New York: Longman.
- Iyengar, S. (1991), *Is Anyone Responsible?*, Chicago: University of Chicago Press.
- Kalb, M. (1998), *The Rise of the 'New News': A Case Study to Two Root Causes of the Modern Scandal Coverage*, Cambridge, MA: Joan Shorenstein Center.
- Kampelman, M. (1978),The Power of the Press. In *Policy Review*, Fall 1978: 7-41.
- Kerbel, M. (2000), *If It Bleeds It Leads*, Boulder, Colo: Westview Press.
- Kurtz, H. (1997), A Lite 'n' Lively 'Nightly', *Washington Post*, February 17.
- Lichter, S. e Noyes, R. (1994), Bad News Bears, *Media Critic*: 81-87.
- Lichter, S. e Noyes, R. (1997), *Good Intentions Make Bad News*, Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.
- McCartney, J. (1997) News Lite. In *American Journalism Review*, pp. 19-21.
- Patterson, T. E. (1980), *The Mass Media Election*, New York: Praeger.
- Patterson, T. E. (1991), More Style Than Substance: Television News in U.S. National Elections. In *Political Communication and Persuasion* 8: 157.
- Patterson, T. E. (1993), *Out of Order*, New York: Knopf, 20.
- Patterson, T. E. (1996), *Bad News, Bad Governance*, ANNALS 546 (Julho): 97-108.

- Patterson, T. E. (2001), *The American Democracy*, New York: McGraw-Hill, 309-310.
- Postman, N. (1985), *Amusing Ourselves to Death*, New York: Penguin Books, 107.
- Potter, D. e Gantz, W. (2000), *Bringing Viewers Back to Local TV*, NewsLab survey.
- Prato, L. (1993), Don't Bash Consultants for Tabloid TV News. In *American Journalism Review* 15: 46-52.
- Putnam, R. (2000), *Bowling Alone*, New York: Simon & Schuster.
- Rosenstiel, T., Gottlieb, C., Brady, L. (2000), *Time of Peril for TV News*, Project for Excellence in Journalism.
- Sabato, L. (1991), *Feeding Frenzy*, New York: Free Press, 1.
- Smith, F. (1985), *Perspectives on Radio and Television*, New York: Harper and Row.
- Spragens, W. (1995), *Electronic Magazines*, Westport, Conn.: Praeger.
- Steele, C. e Barnhurst, K. (1995), *The Growing Dominance of Opinionated Journalism in U.S. Presidential Campaign Television Coverage*, trabalho apresentado no Annual Meeting of International Communication Association, Albuquerque, New Mexico, p. 16.
- Taylor, P. (1990), *See How They Run*, New York: Knopf, p. 23.
- Westerstahl, J. e Johansson, F. (1986), News Ideologies as Molders of Domestic News. In *European Journal of Communication*: 146-147.

Os administradores de ilusões: espectáculo, subjectividade e ideologia na cultura mediática contemporânea

João Carlos Correia

Universidade da Beira Interior

Resumo:

Neste texto, identifica-se o espectáculo como categoria fundamental da cultura mediática a qual, ao contrário do que muitos supõem, não se resume à cultura televisiva. Essa vocação espectacularizante, que se traduz muitas das vezes no sensacionalismo e na exploração primária de emoções, surge associada à centralização da cultura mediática nos projectos individuais, no que parece ser um traço da moderna comunicação de massa: passa pelos *reality shows*, pela insistência nos dramas reais e pelas histórias de vida. Será isso uma mera tendência para a despersonalização dos indivíduos através da gestão dos seus desejos? Qual é a importância do individualismo na descoberta de novas formas de viver a vida e na afirmação de novos direitos?

Palavras-chave:

Espectáculo; Comunicação de massa; Media; Individualismo; Teoria Crítica; Pós-Modernismo.

Introdução

A cultura dos *mass media* vive sob suspeita. Por um lado, sempre se fez sentir a vocação dos *mass media* para despertar e gerir a emoção, o que desde logo remete para as categorias do espectáculo e da subjectividade. Por outro lado, sempre se suspeitou da manipulação do desejo como forma de impedir o uso da razão, o que leva a pensar na figura da ideologia. Gerindo o desejo, proporciona-se uma excitação de viver que oculta a miséria da vida. Num contexto relativamente irónico, pode afirmar-se que a cultura mediática é o ópio do povo.

A cultura mediática implica uma gestão programada da ilusão e uma planificação económica do desejo. Activa-o, cria a ilusão da sua realização e adia-o num perpétuo jogo de relação entre a satisfação e a insatisfação de que é feito o consumo. Entre a activação do desejo e o adiamento da sua realização, surge o frémido que resulta de um prazer sempre antevisto e nunca integralmente cumprido. Os críticos do hedonismo só parcialmente têm razão: a cultura contemporânea não vive centrada no prazer, mas antes na expectativa de que o mesmo se realize.

Os programadores de televisão serão, a confirmar-se esta possibilidade, os novos mandarins que almejam proporcionar ao povo, através da colonização da sua fantasia pela indústria do sonho e da imaginação, as formas simbólicas que lhe permitem rever a sua vida sob forma invertida como numa *camera obscura*¹.

Ao longo deste texto, efectua-se o seguinte percurso:

a) Identifica-se o espectáculo como uma categoria fundamental da cultura mediática que, ao contrário do que muitos supõem, não se resume à cultura televisiva. Reconhecendo o papel da TV na espectacularização das fórmulas simbólicas, tento demonstrar que existe nos *mass media* uma vocação para a sobre-excitação do desejo e para a conquista da agradabilidade que não se resume ao *medium* televisivo. Assim, começa-se por uma caracterização da cultura mediática que evidencia a existência de uma vocação espectacularizante que parece percorrer grande parte da história dos meios de comunicação de massa, ainda que com graduações diferentes.

b) Relaciona-se este afã de agradar e de tornar apelativo com a gestão do desejo e a vocação compulsiva de desencadear o prazer através de uma constante diferenciação simbólica. Esta associar-se-ia com o acto de consumir e com o desejo de participar no imenso espectáculo em que a vida se tornou. A conquista dos quinze minutos de fama tornou-se uma profecia tímida em face do afã de exposição e de transparência que caracteriza a vida moderna. A democratização do espectáculo obriga a que todos almejem serem actores. A oportunidade de ser actor está muitas vezes relacionada com o desejo de habitar uma ficção sem estrelas. A «vida real» é encenada segundo os desejos euforicamente expressos pelas audiências que desta forma compartilham a ilusão de que todos podem participar no grande espectáculo: o Big Show.

Este afã de «viver a vida» contém leituras contraditórias. Habitar esta ficção significa muitas das vezes que os seus actores se recusam a serem agentes sociais. A vocação ou tendência para uma certa encenação mediática do *self* – nunca tantos casaram, choraram e até amaram ou morreram em directo – relaciona-se com um particular impulso das sociedades modernas, em que se equacionam desejos recalcados e anseios não satisfeitos e constantemente

reactivados. Porém, também significa algo mais profundo: a busca de novas condições de visibilidade. A centralização da cultura mediática nos projectos individuais parece ser um traço da moderna comunicação de massa: passa pelos *reality shows*, pela insistência nos dramas reais e nas histórias de vida. Será isso uma mera tendência para a despersonalização dos indivíduos através da gestão dos seus desejos? Qual é a importância do individualismo na descoberta de novas formas de viver a vida e na afirmação de novos direitos?

c) Articula-se a gestão do desejo com a questão da ideologia. A questão do sujeito é fundamental na ideologia. Se aquele for olhado como um efeito de poder ou como um idiota socializado, a ideologia surge inapelavelmente casada com a dominação. Pelo contrário, a consideração do sujeito como uma categoria que incorpora, dialecticamente, a possibilidade de crítica relaciona-se com uma concepção ampla de teoria social interpretativa. Este modo de abordar a acção social é inconciliável com o anti-humanismo estruturalista ou com a reificação que percorre a crítica à sociedade administrada.

Da forma como se considera a ideologia resultam, pois, três questões fundamentais. A primeira é a relação do sujeito com a cultura: idiota socializado, efeito de poder ou agente dinâmico? A segunda diz respeito à autonomia das formas culturais relativamente aos *media* sistémicos ou, se quisermos de outro modo, à autonomia da superestrutura em relação à infra-estrutura. A terceira questão diz respeito à sociedade civil. Será esta uma arena de luta simbólica onde se processa o combate entre os grupos dominantes para obterem a hegemonia, isto é, o reconhecimento da validade da sua dominação, ou pelo contrário, uma realidade completamente reificada, apenas outro nome para a infra-estrutura?

A articulação entre estes temas díspares pode e deve ser feita. Se consideramos o espectáculo mediático como uma forma de gestão e manipulação das necessidades do indivíduo reduzido a um efeito de poder, então a cultura mediática surge-nos como pura ideologia relacionada com a busca desenfreada do lucro e a produção de ilusões que dizem respeito à perpetuação do sistema.

Se, ao invés, considerarmos que o espectáculo se pode relacionar com formas de afirmação do sujeito que passam pela busca e consolidação de caminhos alternativos que ganharam uma dimensão individual, outra terá que ser a concepção de cultura de massa e de sujeito. A sociedade civil reflectirá os antagonismos que percorrem as sociedades pluralistas modernas, mostrando a dimensão simbólica desses antagonismos e afirmando-se como sociedade de comunicação.

Provavelmente, o dilema é pertinente mas não permite, como alguns gostariam, escolhas lineares.

A. A actualidade da teoria crítica e a categoria do espectáculo

Os autores que se opõem às diferentes versões da crítica à comunicação de massa costumam argumentar com o facto de que a criação de efeitos no público é susceptível de ser identificada ao longo de toda a história da cultura. Para esse efeito, recorrem à apresentação de exemplos abundantes em que a chamada alta cultura aparece associada ao sucesso popular e ao recurso a fórmulas folhetinescas e sensacionalistas que visariam prender a atenção do público. Incluem-se, neste caso, os exemplos da tragédia grega, do teatro elizabetiano, de Dickens, Alexandre Dumas, Victor Hugo na literatura, da ópera na Itália do Século XIX, de Chaplin, Buster Keaton, Ford, Wells ou Hitchcock no cinema durante o século XX. Com esta argumentação procura-se contrariar a opinião de clássicos da crítica da cultura como McDonald, Adorno ou Horkheimer (Carrol, 1997: 15-109). Estes clássicos veriam na comunicação mediática – como traços que diriam respeito à sua própria natureza – o empobrecimento estético através da utilização de fórmulas e estereótipos pré-fabricados, a generalização do conformismo e da apatia, o empobrecimento da capacidade racional dos consumidores, a vulgarização de fórmulas espectacularizantes destinadas à exploração dos sentimentos básicos dos receptores transformados em consumidores e a degradação da linguagem.

A argumentação contra as conclusões generalizadoras da Teoria Crítica põe, sobretudo, a nu a tendência para um raciocínio especulativo que resume a cultura contemporânea ao consumo massificado, recusando-se a olhar para o universo simbólico contemporâneo das nossas sociedades e a descortinar os vestígios contraditórios de uma cultura autónoma com os seus momentos ambivalentes, as suas transformações concretas, a própria permanência de elementos de rebeldia e de esperança (Pissarra Esteves, 1995: 95). Descortina-se no pensamento da Escola de Frankfurt uma tendência para demonstrar o carácter homogeneizado da realidade sobre que se debruça, o qual passa pela enfatização da universalidade e inevitabilidade dos traços que identifica no seu objecto de estudo. Esta tendência manifesta-se na convicção fortemente arreigada do dever totalitário das sociedades industriais: “Já na época do Nacional-Socialismo”, afirma Horkheimer, “ficou visível que o governo totalitário não era um mero acaso mas um sintoma do caminho da sociedade” (Horkheimer, 1990:3). Por outro lado, esta abordagem culmina numa visão reificada de toda a cultura. Não se trata de um fenómeno pontual que aflora e contra o qual se apela à urgência da prevenção. A modulação da cultura pela administração é o «todo», pois o projecto político ligado ao universo tecnológico “molda todo o universo da palavra e da acção, a cultura material e a cultura intelectual” (Marcuse, 1968: 19). Consequentemente, o “modelo de pensar administrativo tornou-se o

modelo de toda uma forma de pensar que ainda se acredita livre” (Adorno e Horkheimer, 1995: 32).

Graças a esta generalização totalizadora, são evidentes os exageros praticados pelos principais autores da Teoria Crítica na sua apreciação da indústria cultural. O modo como Adorno, Horkheimer ou McDonald «atacam» o cinema em geral, a literatura policial, o jornalismo e certos géneros de música como o jazz, não deixa dúvidas quanto ao facto de que a crítica da cultura mediática parte de premissas iniciais que carecem de evidência empírica e, em especial, de uma leitura mais cuidadosa das diferenças entre os diversos géneros e, dentro destes, dos diferentes produtos que integram a indústria e sobre os quais é lançado um anátema generalizado. No caso particular da Escola de Frankfurt, partindo-se da premissa da uniformização do gosto estético, a própria Teoria Crítica parece homogeneizar o fenómeno sobre que se debruça, pelo que numa parte substancial dos seus textos parece não haver lugar para a aplicação de critérios, de tal forma tudo é apresentado como desesperadamente igual.

Apesar de tudo, a desconfiança da Teoria Crítica relativa à cultura dos *mass media* contém algumas intuições e destaca alguns traços da indústria cultural que me parecem dignos de serem tidos em conta desde que, claro, seja feita a ressalva de que carecem do complemento de uma análise empírica, social e histórica, sobre os objectos nos quais se incide. Com efeito, o impacto da Teoria Crítica na cultura mediática neste particular momento do século XXI deve balizar-se por duas reflexões:

a) Por um lado, já se tornou claro que muitas das apreciações conjunturais empreendidas pelos críticos da cultura mediática se revelaram preconceituosas e sobretudo excessivamente generalizadoras. Apesar de os últimos escritos de Adorno revelarem consciência da necessidade de uma análise empírica, podendo sentir-se alguma reconsideração da tonalidade apocalíptica que perpassa impiedosamente pela «Dialéctica do Iluminismo» insiste-se afinal na diabolização generalizada da cultura de massa de forma a que os seus traços sejam considerados como um prejuízo claro para a possibilidade de participação democrática (Adorno, 1996-b: 294). As amarguras do exílio, o contacto com o nazismo e com o consumismo da sociedade americana impediram-nos de ver que nem todos os modos de dominação são iguais e que os produtos da indústria mediática não são todos medíocres e conformistas.

b) Por outro lado, o processo de liberalização do sistema dos *mass media*, designadamente da programação e da informação televisivas levou a um recrudescer dos estudos sobre esta escola. Se tivermos em conta as gradações esquecidas, evitando-se as generalizações perturbantes há alguns traços que parecem merecer atenção dos investigadores. Os recentes alertas de intelectuais pertencentes a diversos percursos teóricos contra a generalização do entreteni-

mento consumista e da fusão entre informação e entretenimento vieram relançar novas preocupações e conferir visibilidade a argumentos que se consideravam datados.

Posto isto, pode-se dizer que acredito moderadamente nalguns pontos que são parte do diagnóstico levado a efeito pela Teoria Crítica contra a cultura mediática. Porém, ressalvo, previamente, a minha convicção segundo a qual os autores que trabalharam a indústria cultural a partir das posições da Escola de Frankfurt consideraram os seus raciocínios como premissas unilaterais e indiscutíveis generalizando para toda a cultura uma mesma condenação impiedosa. Algumas destas intuições devem ser olhadas, antes, como possibilidades, tendências ou riscos que se revelaram de forma mais ou menos acentuada ao longo do processo histórico de consolidação da comunicação de massas. Ressalva-se, por isso que, apesar dessa concordância com alguns dos traços diagnosticados pela Escola de Frankfurt, a observação sobre a comunicação de massa terá sempre que ter em conta a observação histórica, os interesses conflitantes, as possibilidades contraditórias e a capacidade de resistência dos públicos. No caso concreto dos *media*, insiste-se na percepção de uma ambiguidade estrutural que resulta do facto de estes não poderem viver ao abrigo das contradições que os atravessam, designadamente por despoletarem e amplificarem novas pretensões de validade.

Feita esta ressalva, que insiste muito particularmente numa apreciação detalhada das diferenças e das gradações, penso que há traços que continuam a merecer atenção, sendo que esta atenção deve funcionar como um alerta para as patologias que ameaçam o universo dos *media* e nunca como uma caracterização válida para todos os tempos e lugares.

Em primeiro lugar, destaco a análise da intervenção da racionalidade técnica e industrial no seio da cultura. A análise weberiana do desencantamento do mundo, aplicada por Adorno e Horkheimer ao universo da cultura, chama a atenção para o facto de que o pensamento administrativo das burocracias industriais dá origem a perversões pela uniformização dos produtos. Se a racionalidade industrial e burocrática não é tão poderosa que tivesse originado um deserto totalitário, não deixa de ser um facto que este ângulo de análise merece ser tido em conta. O século XX assistiu à industrialização generalizada da cultura. Existem muitos exemplos onde esta industrialização implica uma perda de criatividade, uma relativa estereotipização das narrativas e uma certa reificação das relações sociais apresentadas como eternas e imutáveis em função da necessidade de não perturbar o gosto médio dos consumidores. Se é verdade que o cinema americano, por exemplo, não é o deserto de inteligência agredido por Adorno, se é verdade que os filmes que retemos na memória – as obras de Chaplin, de Buster Keaton, de Wells, de Ford, de Wilder, de Hitchcock, de Nicholas

Ray, de Howard Hawks ou até os musicais da MGM realizados por Minelli e Stanley Donen, ou mais recentemente, as obras de W. Allen, dos irmãos Cohen, de Fincher, de Lynch ou de Steven Soderbergh – são uma demonstração de como é possível utilizar inteligentemente os códigos pré fabricados da indústria e do género, também é importante lembrar que no mesmo universo que originou estes exemplos se verificou a criação de uma censura de gosto, de uma regra de precedentes, de uma estereotipização de procedimentos que originaram a institucionalização de formas reificadas de reflectir sobre a realidade. Estes fenómenos reflectiram-se em milhares de filmes que rapidamente caíram no esquecimento e sufocaram, muitas vezes, a possibilidade criativa de muitos dos autores que hoje citamos. O caso de Orson Wells é um dos mais significativos e dramáticos.

A defesa que Adorno faz do termo indústria cultural contra o termo cultura de massa possui virtualidades se retirarmos a retórica generalizadora e impressionista que envolve a maior parte dos seus textos sobre o fenómeno. Este termo acentua o carácter profundamente industrial da produção de normas simbólicas pela chamada comunicação de massa: a especialização de novas profissões, a adopção de normas estilísticas e de convenções narrativas e organizacionais. Nesse sentido, a utilização de uma fórmula facilmente reconhecível ganha um sentido diferente. É evidente que os sonetos de Shakespeare e a tragédia grega também utilizam uma fórmula. Porém, a história da indústria cultural está cheia de exemplos que indiciam a adopção de determinados códigos e dispositivos narrativos por razões que se prendem com preocupações estatísticas relacionadas com estudos de mercado que, muitas vezes, asfixiaram obras esteticamente criativas e inovadoras. Contemporaneamente, continuam a verificar-se a aposta em fórmulas estereotipadas e a consequente perda de liberdade por parte de alguns dos autores mais inovadores que se afirmam na indústria.

A racionalidade instrumental é omnipresente nas sociedades modernas. Porém, a sua transformação na própria natureza da indústria cultural, tal como foi pensada por Adorno e Horkheimer, conduz à impossibilidade de compreensão das diferenças.

Em segundo lugar, destaca-se a insistência no facto de a necessidade de agradabilidade, que percorre as formas industriais de cultura, poder conduzir à busca de uma sintonia com os valores e visões pré-existentes do mundo. O receio de que a formulação de raciocínios considerados difíceis e problematizantes obtenha um sucesso escasso leva a sintonizar a cultura produzida pela indústria mediática com aqueles que são tidos como os gostos vulgares dos cidadãos vulgares. Isto pode dar origem a um efeito ideológico que se traduz numa espécie de conformismo sublinhado *a priori* na ideia de que as coisas são como são. O entretenimento parece implicar a ausência de criatividade e de

subversão e a insistência nos valores adquiridos. A fórmula adorniana do pensamento da identidade refere-se, deste modo, a uma cultura que não nega a realidade estabelecida mas cria a identificação com ela. Mais uma vez, estamos diante de um risco, uma possibilidade ou uma tendência que se consolidou, muitas vezes, na música, no cinema ou no jornalismo. Porém, esta tendência não se afirmou de uma maneira incontornável. Não impediu fenómenos de criatividade e de autonomia que constituíram verdadeiros desafios para as ameaças de conformismo: *2001: Odisseia no espaço* não é, decerto, a mesma coisa que *O Dia da Independência*, como o *Big Brother* não é o *Portugalmente*. Contra o risco de construção de consensos ideológicos levantam-se constantes dinâmicas culturais que questionam o que parece adquirido.

Em terceiro lugar, esta ambição de agradabilidade está relacionada com a presença do mercado como *medium*. Todo o raciocínio é transformado em mercadoria de tal forma que tudo aquilo que não se conforma com as especificações produtivas da indústria cultural é rejeitado. As recentes evoluções verificadas no panorama audiovisual confirmam que a entrega do monopólio da produção da comunicação de massa ao mercado tem efeitos perversos na qualidade. A necessidade de obtenção de retornos rápidos do investimento efectuado conduz à produção maciça de programas baseados na exploração fácil da emoção seguindo fórmulas simplistas, e seleccionados, apresentados e distribuídos segundo critérios de rentabilidade.

Finalmente, a indústria cultural induz uma certa forma de passividade. Não me refiro à passividade que alguns teóricos discordantes da teoria crítica, como Carrol (1997), contestam quando insistem em que toda a mensagem mediática implica actividade porque necessita de ser decodificada. A descodificação e o reconhecimento dos códigos utilizados podem até reforçar o efeito de identificação com a mensagem, graças à gratificação sentida pelo receptor. É, antes, uma passividade ideológica, um conformismo normativo, uma integração social demasiadamente bem sucedida.

A culpa da confusão entre estas duas formas de passividade é, em grande parte, da Teoria Crítica pois as suas formulações teóricas fazem crer que, pelo menos nalguns momentos, os autores de Frankfurt acreditaram que o pensamento social dominante funcionaria segundo o modelo estímulo resposta. Porém, parece-me que o essencial da mensagem a reter diz antes respeito a um conformismo axiológico que se traduz, mais uma vez, na incapacidade de pensar a sociedade de um outro modo diferente daquilo que ela é.

Também aqui, porém, se revelam contradições que impedem a existência de formulações unilaterais condenatórias. Se a indução da passividade e do conformismo diz respeito à própria natureza da comunicação de massa seria difícil explicar a sua constante mutação ou os fenómenos de rejeição e de reacção que

conduzem a alterações no seio desta forma de cultura. Se é verdade que, muitas das vezes, a subversão é ela própria um valor mercantil que oculta «mais do mesmo», é verdade que existem margens de exercício crítico que continuam a ser pensadas. Ou seja, cada *medium* faz parte de um conjunto que não é nunca completamente homogéneo e coerente. Cada recepção possui uma margem de leitura autónoma que não se limita a transformar o sujeito num robô cultural.

Partindo desta aceitação relativa das críticas à comunicação de massa enquanto tendências que não podem ser esquecidas e que explicam alguma da inquietação que hoje ocupa a reflexão sobre os *media*, poderemos acrescentar outras preocupações que, não provindo exclusivamente da Teoria Crítica, se articulam com preocupações explícita ou implicitamente relacionadas com esta teoria ou do mesmo ambiente teórico.

Desde logo, os *media* contribuem para a construção da realidade social e para a fixação de visões do mundo. São responsáveis pela definição do que é socialmente visível. Impõem um nivelamento de critérios na apreciação de factos desiguais em importância. Contribuem para a trivialização da realidade e para a exploração sensacionalista da desgraça alheia. Produzem consensos fictícios em torno da agenda pública. Privilegiam o espectáculo em detrimento de uma tematização criteriosa. Assentam a sua presença em mensagens facilmente apreensíveis, descurando as abordagens mais complexas.

Finalmente, merece reflexão a forma como o espectáculo é referido a propósito da indústria cultural: a dramatização da realidade e a sua transformação de acordo com as categorias do espectáculo, a introdução das regras do espectáculo e da publicidade na generalidade da cultura mediática e na percepção e construção da realidade social dificilmente podem ser negadas. O grande modelo das dinâmicas sociais apropriadas pelos *media* não é o circo, como dizem alguns intelectuais, mas o número do ilusionista: este é o número em que nos é dito que tudo pode acontecer. Na verdade, muitas vezes não acontece nada de relevante, a não ser a ocultação do modo como as coisas são feitas. A sociedade de consumo vive obcecada por fazer passar a ideia de que as nossas vidas podem ser transformadas. O truque consiste em que se sabe que isso dificilmente acontece no plano em que a publicidade pretende fazer acreditar: as férias de sonho, o parceiro inacessível, a fama e a fortuna inatingíveis. Porém, continuamos a comportarmo-nos como se isso fosse verdade desde que actuemos de determinada forma. É aqui que a indústria intervém com a sua força anti-depressiva: não desanimem, racionalizem. Vejam mais uma novela e não percam o próximo episódio da vida real.

B. O espetáculo como categoria essencial da cultura mediática

Na perspectiva que defendo, a comunicação de massa não é definida inelutavelmente pelos traços negativos que a Teoria Crítica aponta como sendo a sua verdade, a sua natureza. São demasiadas as contradições existentes na realidade estudada para entender estas críticas unilaterais como o diagnóstico que a permite definir. O erro da Teoria Crítica é suspender a marca epocal das suas investigações (Pissarra Esteves, 1995: 94), generalizar as suas conclusões à totalidade dos produtos como se todos eles merecessem o repúdio generalizado. Pelo contrário, a análise que pretendo fazer em relação a um traço particular da comunicação de massa contemporânea – a insistência na espetacularização das mensagens – tem em conta que se deve olhar para este fenómeno como uma realidade contraditória que se não pode considerar como um fenómeno intemporal e incontornável.

A comunicação de massa é uma forma de cultura que surgiu a partir do momento em que apareceram meios técnicos e comerciais para a produção, distribuição e difusão de formas simbólicas tendo como destinatário um público heterogêneo e indiferenciado, por parte de organizações especializadas nessa tarefa, com o recurso a profissões socialmente legitimadas para o efeito, de acordo com normas, técnicas e convenções que se acredita serem as mais adequadas para a sua concretização (Carrol, 1997: 184). Estas condições só surgiram a partir do século XIX com a aparição do jornalismo industrial e das artes reprodutíveis.

Desde a industrialização da cultura, houve a possibilidade de reproduzir, em quantidades expressivas, certas formas narrativas centradas na exploração da fantasia e na gestão das emoções. A partir do século XIX, a necessidade de corresponder à agradabilidade dos gostos populares das classes em ascensão generalizou esta tendência para o sensacionalismo e para a espetacularização. No século XIX, lado a lado com a emergência de um paradigma novo que focaliza a informação em vez da opinião, assiste-se à comercialização da imprensa. A imprensa de massas emergiu com uma preocupação crescente de acessibilidade.

As mensagens passam a veicular informações coloridas e agradáveis para as audiências maioritariamente constituídas pelas novas classes urbanas. A imprensa de massas foi uma resposta às necessidades culturais desencadeadas pela transformação da esfera pública. O processo de desenvolvimento capitalista era favorável ao desenvolvimento de uma mentalidade igualitária. As classes emergentes buscavam a sua identidade, opondo-se às classes aristocráticas identificadas com a cultura clássica (Schudson, 1978: 4). Estavam reunidas as condições sociais e culturais que tornaram o crime, o baile de sociedade,

os *fait divers*, o desporto ou o combate de rua como noticiáveis. Por outro lado, embora a introdução da publicidade tenha provocado maior democratização do consumo das mensagens mediáticas, alguns autores, como James Curran, entendem que este fenómeno também produziu uma maior tendência para o aumento do sensacionalismo e para a despolitização da imprensa (Curran e Seaton, s/d: 7-8). Os governos, na sequência do aparecimento da publicidade, logo criaram taxas e impostos que garantissem a propriedade burguesa da imprensa. Os anunciantes mantiveram uma relação com o novo *medium* que privilegiou as publicações que sublinhassem os valores estabelecidos, discriminando jornais que contrariavam os seus preconceitos políticos. Muitos jornais da esfera pública plebeia acabaram por se despolitizar, deslocando a sua relação com as classes populares para o plano do sensacionalismo.

Recentemente, o regresso inexorável do mercado e a visibilidade adquirida pelo carácter industrial dos *media* no recente processo de desregulamentação gerou uma nova vaga de criticismo. O que dantes era um bem escasso – o espaço hertziano – deixou de o ser graças às novas possibilidades tecnológicas de distribuição. Com o aparecimento dos novos *media* e a derrocada dos monopólios televisivos, o neo-liberalismo tornou a paisagem audiovisual europeia irreconhecível (Traquina, 1997: 16). A diminuição do peso da taxa de serviço público e o aumento da percentagem de publicidade como fontes de receita da indústria audiovisual europeia traduziram-se na entrega da hegemonia da gestão do sector ao mercado. Verifica-se, assim, nos *media*, um incremento substancial no volume de horas destinadas à função de entretenimento; aumenta o espaço ocupado pelo desporto; escasseia a atenção dada a novos programas de informação sobretudo quando impliquem pesquisa e investigação; constata-se uma presença mais substancial de *reality shows* e telenovelas; dilui-se, de modo acentuado, a separação tradicional entre informação e espectáculo; privilegia-se o espectáculo do quotidiano; proliferam as histórias de vida da “gente vulgar”. Há uma maior tendência para a escolha de formatos que exigem as convenções narrativas inerentes ao espectáculo, assim como para a escolha de temas que implicam uma certa personalização e jogam com a intensidade das emoções (Traquina, 1997: 13; 18-20).

Finalmente, o culto sedutor das aparências, com o frenesim das mensagens apelativas e de fácil compreensão e a insistência em produtos que solicitam uma interpretação mínima, tornou-se o conteúdo fundamental da nova programação. O papel dos *media* aparece associado à gestão do desejo, à presença do inédito, da transgressão, do choque, da mudança, à procura do prazer, da diferença, do efémero, à ideia de uma sociedade puramente «permissiva», fundamento de uma excitação algo forçada que mobiliza o pensamento e a acção (Touraine, 1996: 10). O jogo arriscado dos afectos foi apropriado por

uma ficção que se identifica com uma inversão da própria vida (Débor, 1991: 9).

C. Espectáculo e subjectividade

A gestão mediática do imaginário parece, recentemente, centrar-se, na insistência na fruição individual em detrimento da acção pública. Manuel S. da Fonseca, director de programas da SIC, afirmava em 1994, então, muito antes da aparição de *Big Brother*: “as pessoas sentiram necessidade de se exhibir, de aparecer, de protagonizar. Este é realmente o século do povo e isto manifesta-se através da afectividade. Considera-se desejável a exposição dos afectos, através da psicanálise, do envio de cartas para os jornais, de diários, de autobiografia. A televisão integra-se neste movimento, operando um momento de transição da intimidade para uma exposição pública”². Para além dos *talk shows*, que privilegiam os notáveis da política, as estrelas do mundo do espectáculo e outros VIPs, novas variações surgiram, dando a palavra a pessoas comuns e abordando temas considerados «tabus» (Traquina, 1997: 98). O fenómeno passa pela transformação da realidade em espectáculo e, por isso, pela transformação do indivíduo em protagonista da sua história pessoal. A argumentação do responsável da SIC tem consistência sociológica. O problema que se coloca é este: será que devemos reduzir toda a insistência no entretenimento e na afirmação individual a um apelo às forças de mercado, ou seja, a uma forma de alienação do *self* reduzido a um puro efeito de poder ou devemos, pelo contrário, ter em conta que a insistência na fruição individual é um elemento que tem a ver com a vontade de realização que é uma das conquistas da modernidade?

A relação entre a comunicação de massa e a construção da subjectividade é um processo que conduz a leituras muito diversas. As teorias críticas da cultura de massa associaram a comunicação com a integração social. De Adorno a Débor e ao primeiro Baudrillard, passando por Marcuse, assiste-se à hipótese da ortopedização do desejo, de modo a canalizá-lo para a compulsão consumista. As correntes críticas, por um lado, insistiram na homogeneização, na massificação e na negação da subjectividade como efeito das indústrias culturais. Por outro lado, associaram os *media* à diversidade, ao hedonismo e à obtenção do prazer pessoal. Esta contradição é apenas aparente: a enfatização da diferença é apenas uma forma de se proceder à celebração do mesmo.

Na sociedade de consumo, o jogo do desejo e da manipulação de necessidades faz-se a partir da gestão desse moderno fenómeno que é a permanente espera da transformação da vida. Há uma compulsão que faz o consumidor habitar essa fé única na possibilidade de mudar a sua vida. Para Adorno e Horkheimer, como isso é, claramente, uma impossibilidade, tal promessa é puro ilusionismo,

ou melhor, pura ideologia. A gestão do desejo é a forma de garantir a busca inútil da sua satisfação. A indústria cultural desempenha a missão apaziguar e de tranquilizar a insatisfação individual.

“Nada torna um homem mais suspeito do que não estar de acordo, desde o mais fundo de si mesmo, com a vida tal como ela é. O bom humor regulamentar é portanto bem diferente da aspiração aos prazeres da vida, da alegria que proporciona a verdadeira satisfação das necessidades”, escreve Horkheimer (1974: 152). Na constelação crítica que reúne um conjunto de autores preocupados com a categoria da reificação, o espectáculo “é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência” (Débord, 1991:10). Induz-se a crença numa ficção negociada entre os programadores e os anunciantes. No limite, como sugerem Deleuze e Guattari, a economia é marcada pela prática do vazio, pela organização da falta, pelo desejo de desejar. Mesmo as formas mais repressivas e mortíferas de reprodução social são produzidas pelo desejo (Deleuze e Guattari, 1995: 32-33; 36-37).

Ao invés deste criticismo, um conjunto diversificado de teorias adoptou a ideia de um aprofundamento da subjectividade com um traço fundamental da nossa modernidade. A pessoa moderna, privada de um *telos* unificador, afirma-se como um conjunto de possibilidades que implicam uma decisão (Sartre 1999: 49). A modernidade é uma ordem pós-convencional, onde a pergunta «como viverei?» é respondida através de decisões diárias, comportando crescentes elementos de contingência. A reflexividade moderna traduzida numa abertura permanente ao auto-questionamento estende-se até ao núcleo do *self*. Nas novas condições abertas pela modernidade, é-se sendo, o que faz cada uma das nossas maneiras de ser, estilos de vida e situações biográficas algo que podia ser de outro modo.

A erupção do estilo de vida é, indiscutivelmente, um dos traços desta sociedade. A construção do corpo, a cultura dietética, desportiva e higiénica, a organização dos prazeres (Lipovetsky, 1994: 55-56), a biologização da experiência associada à corporeidade (Rodrigues, 1990:25) envolvem a construção da identidade pessoal. A tomada de decisões sobre o corpo ou a alteração de regularidades biológicas tidas por adquiridas (a fruição da sexualidade, a configuração estética ou a reprodução) passam a fazer parte das possibilidades abertas pelo “estilo de vida”. Na discussão sobre o género, a reflexão passa a incidir muitas das vezes em perguntas como “quem sou?”, “como posso ser?” e “porque sou obrigada/o a ser de certo modo”? Ao enveredar neste caminho, a reflexão sobre o género interpela, de modo radical, as relações entre a natureza e a cultura.

Finalmente, as novas narrativas mediáticas põem os problemas do indivíduo no centro do seu discurso. A informação privilegia a história de vida de uma mulher que procura o filho, os relatos sobre mulheres e crianças maltratadas,

os dramas de filhos de pais deficientes, as polémicas sobre a genética e a clonagem, às notícias sobre o défice do orçamento e os mistérios da economia. O entretenimento privilegia o encontro entre familiares desavindos, os namoros que se recompõem, as operações de mudança de sexo, os problemas de obesidade, o erotismo-soft, as histórias de sucesso e o casamento dos concorrentes dos *reality-shows*. Estimula-se a fama individual, o golpe de sucesso mediático, o meio ano de fama e os heróis fugazes.

No pensamento pós-moderno, emerge um conjunto de teorias que afirmam uma espécie de auto-complacência sofisticada em relação à indústria cultural. A acção dos *media* é descrita como aquela onde tudo é permitido. No novo modo de encarar a comunicação de massa há algumas tendências que urge detectar: a) um certo sentido de resignação político cultural; b) o fascínio pela fragmentação cultural, um desenho da cultura que convive bem com a busca da alteridade e da polivalência cultural (Wolin, 1995: 44-45).

No que respeita ao primeiro ponto, a cultura mediática parece tão mais valorizada quanto aparece intrinsecamente ligada não apenas à recusa da tirania de qualquer projecto relacionado com um princípio ou sujeito propulsor da história mas à própria ética ou a qualquer sobrevivência de espírito crítico. «A ética não vende» é a frase que melhor espelha o espírito do tempo. As tendências da reflexão pós-moderna que, de modo mais acrítico, expressam semelhantes virtualidades da indústria mediática traduzem-se, muitas vezes, numa veia de cepticismo no que diz respeito a qualquer forma de destino colectivo. A cultura surge associada, sob o ponto de vista ético, ao relativismo normativo, e sob o ponto de vista estético, a fenómenos triviais e fugazes como a moda. O discurso sobre o elitismo dos críticos é acompanhado pela certeza cultivada por alguns teóricos de que as obras da cultura de massa ajudam a superar o fosso entre a arte e a vida pelo que a democracia cultural pode ser realizada aqui e agora (Wolin, 1995: 45).

Quanto ao segundo ponto, objecto de reflexões mais sofisticadas, acredita-se que os *media* teriam sido determinantes para a dissolução dos pontos de vista centrais e das grandes narrativas. Ter-se-ia atingido um pluralismo desinibido: os tabus da sociedade unidimensional teriam sido eliminados. Não há nenhum tema que seja demasiadamente arriscado (Wolin, 1995: 50). O que caracteriza a sociedade da comunicação e dos *mass media* não é a sua maior transparência no sentido iluminista do termo, mas a sua maior complexidade, entropia e caos na qual alguns autores pós-modernos julgam residir as nossas esperanças de emancipação (Vattimo, 1992: 10).

Quer a Teoria Crítica na sua formulação mais ortodoxa quer o pós-modernismo nas suas versões mais triviais são leituras lineares da realidade. Na primeira, a autonomia do sujeito funda-se na decepção e no engano.

Na segunda, vai-se pouco mais para além de uma certa exaltação sofisticada das atitudes consumistas das sociedades marcadas pelo liberalismo económico. O sujeito de qualquer das duas concepções tem até parecenças substanciais: é um entusiasta do consumo, da excitação e da euforia que este produz, procura a satisfação das suas necessidades culturais nos *media* e dedica-se ao esforço solitário de ser feliz através das oportunidades que a sociedade capitalista proporciona.

É possível esperar algo mais desta indeterminação, desta contingência e fragmentação, tão celebradas pelos pós-modernos? Limita-se a induzir um relativismo permissivo no qual o sujeito se perde a si próprio ou, pelo contrário, relaciona-se com novas e decerto inqualificáveis, porque não testadas, possibilidades emancipatórias? O filósofo canadiano Charles Taylor admite que o hedonismo contemporâneo resulta numa espécie de absurdo atrás do qual surgem novas formas de dependência e de insegurança na construção da personalidade (Taylor, 1992:15). Porém, simultaneamente, considera que por detrás da aparente generalização do hedonismo, se esconde um ideal de autenticidade susceptível de ser considerado como moral ou ético e que tem implícito a aspiração a uma existência melhor e mais elevada, relacionada com os projectos de auto-realização pessoal decorrentes da modernidade (Taylor, 1992: 16-17). À luz desta concepção, é possível admitir que os mecanismos desejantes impliquem ou, pelo menos, se relacionem com uma vontade, ainda que frustrada, de mudar a vida.

O projecto minimalista dos pós-modernos tem a virtualidade de chamar a atenção para o facto de que, hoje, em vez da concentração das notícias em umas poucas e reduzidas figuras oficiais, se verifica o acesso à programação e até à informação por parte de tipos sociais que finalmente adquirem alguma visibilidade pública. Rorty vai mais longe e considera que enunciados como texto jornalístico, a banda desenhada, o filme e o programa de televisão oferecem-nos pormenores sobre tipos de sofrimento que não conhecíamos tendo substituído o sermão e o tratado enquanto veículos principais de progresso no plano moral (Rorty, 1994: 19).

O pensamento pós-moderno, através de Vattimo, afirma que a multiplicação do “tomar a palavra” por parte de numerosas subculturas que só conheciam uma remota visibilidade é, talvez, o efeito mais evidente dos *mass media* (Vattimo, 1992: 11-12). Esta constatação – e as possibilidades emancipatórias que dela se concluem – é importante pelo facto de acentuar a profunda dimensão conflitual e simbólica da construção das identidades nas sociedades actuais. Porém, é difícil partilhar da euforia expressa pelo autor quando afirma “que a rádio, a televisão e os jornais se tornaram elementos de uma grande explosão e multiplicação de *Weltanschauungen*, de visões do mundo” (Vattimo, 1992: 11).

A tomada da palavra por novas minorias emergentes é um factor central que Vattimo valoriza acertadamente. Porém essa valorização não é acompanhada por uma força crítica que permita pensar para além de uma certa complacência para com a permissividade neo-liberal. São fundamentais a reformulação da realidade do mundo, entendida como o contexto das múltiplas fabulações (Vattimo, 1992: 32), bem como a análise do papel dos *media* na libertação dos dialectos, na exibição do carácter aleatório e não definitivo dos «mundos reais» que as diferentes subculturas partilham (Vattimo, 1992: 15), mas só por si arriscam-se a ser uma mera celebração inodora da tolerância liberal. Vattimo não explica como é possível uma recusa da hegemonia de um ponto de vista unitário, sem implicar uma ideia universalista de tolerância para com a diferença. A emancipação resultante da emergência da diferença e do pluralismo implica que indivíduo adquira a capacidade de avaliar as suas convicções morais em termos um certo universalismo ético. Só as ideias de reciprocidade mútua podem permitir a apresentação de pretensões de validade por novos dialectos e subculturas. Isso implica a adesão a critérios universais: todos se devem abster da obtenção de uma hegemonia que imponha uma verdade totalizante.

O limite do pós-modernismo é o seu encerramento numa crítica estética da modernidade através dos valores da provocação, da transgressão e do divertimento. É na experiência estética que Vattimo, na esteira de Benjamin, se apercebe do efeito de *choque* da indústria cultural, o qual evidencia a contingência da existência, a insistência no desenraizamento considerado como constitutivo e não provisório. É neste horizonte de oscilação e desenraizamento – tema retomado por Giddens e Beck a propósito do risco e da reflexividade – que Vattimo descortina as vias que permitem o exercício da criatividade e a liberdade. A tomada da palavra será sempre acompanhada por um sentimento de insegurança que nega a possibilidade das respostas definitivas.

Vattimo admite, curiosamente, que “esta tomada de palavra não correspondeu a uma verdadeira emancipação política – o poder económico ainda está nas mãos do grande capital.” Mas acrescenta imediatamente: “Será – não quero alargar demasiado a discussão nesse campo” (Vattimo, 1992: 11-12). Ora, esta discussão é que vale a pena alargar: será que ao poder económico nas mãos do grande capital não corresponde, com todas as suas contradições, um poder cultural e informativo concentrado nos titeres das indústrias culturais? Será que a euforia pela multiplicação de visões do mundo não se pode identificar apenas com o excessivo reconhecimento de um relativismo *soft*? Será que a multiplicação de tomadas de palavra não é um efeito da desregulamentação do mercado? Será que afinal a importância que os pós – modernos dão ao pluralismo e à contingência não é compensada por uma certa resignação e pela ausência de atitude crítica?

Vattimo interroga-se, então, se esta posição não será uma apologia demasiado expedita da cultura de massa (Vattimo, 1992: 64). A sua resposta antecipa-se a críticas previsíveis (Vattimo, 1992: 65):

“Contrariamente ao que durante muito tempo – e com boas razões, infelizmente – acreditou a sociologia crítica, a massificação niveladora, a manipulação do consenso, os erros do totalitarismo não são o único resultado possível do advento da comunicação generalizada, dos mass media, da reprodutibilidade. Ao lado desta possibilidade – que deve ser decidida politicamente – destes resultados, abre-se também uma possibilidade alternativa: o advento dos «media» comporta também uma acentuada mobilidade e superficialidade da experiência, que contrasta com as tendências para a generalização do domínio, ao mesmo tempo que dá lugar a uma espécie de «enfraquecimento» da noção de realidade, com o conseqüente enfraquecimento de toda a sua coacção. A sociedade do espectáculo de que falaram os situacionistas não é apenas a sociedade das aparências manipulada pelo poder; é também a sociedade em que a realidade se apresenta com características mais brandas e fluidas, e em que a experiência pode adquirir os aspectos da oscilação, do desenraizamento, do jogo”.

Parece-nos razoável admitir que no seguimento dos anos 60, as sociedades industriais modernas já não correspondem ao «mundo unidimensional» ou «totalmente estruturado» retratado pela primeira geração de teóricos críticos (Wolin, 1995: 48). Porém, só por, si a fragmentação cultural recente não permite a emancipação. Oferece-nos a ilusão omnipresente da emancipação («a nossa cultura é uma cultura onde tudo é permitido») para que se possa negar mais eficazmente a sua realização. (Wolin, 1995: 50).

Para que as possibilidades emancipatórias da multiplicação de visões do mundo possam ser analisadas, o processo de fragmentação cultural deve ser visto, sobretudo, como um ponto de partida para uma nova reflexão crítica aberta à pluralidade. Só enquanto ponto de partida e não como ponto de chegada, o pluralismo cultural induzido, de forma contraditória e ambígua, pelos *media* pode conduzir a oportunidade para criar e pensar novos direitos que se traduzam numa relação mais directa com a vida quotidiana, que se traduzam em formas novas de cidadania.

O relevo que hoje se faz sentir nas questões relacionadas com a auto-realização pessoal pode repercutir-se na defesa de direitos que privilegiam as questões relativas à qualidade de vida e à realização do indivíduo (Pissarra Esteves, 1998: 67). Aí terá sentido defender o renascimento de subculturas autónomas, dispostas a lutar pela criação de novas formas de vida, que se oponham à colonização burocrática sem caírem na trivialidade que os pós-modernos têm dificuldade em discernir. Se os momentos de afirmação do mercado coincidem quase sempre com a explosão da *infotainment* e do sensacionalismo, a verdade é que esses

momentos devem também ser aproveitados para a compreensão de outras formas de estar e a afirmação de novos direitos. Haverá, por exemplo, que ter em conta a resistência de diversas minorias seja no desenvolvimento dos seus próprios *media* especializados ou influenciando o seu próprio retrato nos *media* maioritários.

Ao admitir-se esta possibilidade, restitui-se aos *media* algum do olhar positivo que Benjamin lançou sobre as possibilidades de emancipação que vislumbrou nas artes reproduzíveis. (Vattimo, 1992: 57). Porém, esta releitura de Benjamin também implica a sua confrontação com aquelas que se julgam serem as coordenadas deste tempo: abandono de uma posição essencialista de classe; reconhecimento de que a fragmentação implica a existência não da emancipação mas de emancipações; reconhecimento de novos movimentos, direitos e formas de dominação como sejam os que se articulam com a vivência da individualidade, do consumo, do género, da relação entre culturas, do papel da mulher e da configuração da família, afinal temas a que os *media*, melhor ou pior, conferiram visibilidade; descoberta de uma certa utopia auto-limitada que não implica a eliminação do mercado; invenção de um pluralismo regulado que articule a fragmentação cultural com uma concepção afirmativa da cidadania; a consideração de que esta ideia de cidadania passe sobretudo pela perseguição de circunstâncias e contextos de diálogo em que não se não verifique a hegemonia de uma particular visão do mundo. Ora este último ponto não pode significar a pura complacência com a diversidade cultural vigente nos modelos liberais, tal como por vezes se insinua no pensamento pós-moderno.

D. Espectáculo, desejo e ideologia

Este conjunto de reflexões que se debruçaram sobre a relação entre a comunicação de massa e o sujeito despertou atitudes simétricas na importante questão da ideologia, figura central das abordagens sociológicas, filosóficas e antropológicas da cultura. Quanto mais determinista se demonstrava a relação entre a comunicação de massa e o sujeito, mais a concepção de ideologia se revelou, ela própria, também determinista, omnipresente, dotada de capacidades socializadoras implacáveis que deixavam ao sujeito escassa margem para a sua autonomia enquanto agente social.

Deixando de lado os já sobejamente conhecidos antepassados da análise das ideias (Du Tracy e, de um modo geral, os *idéologues*) importa sobretudo passar a atenção pela primeira grande reflexão moderna sobre ideologia formulada por Karl Marx e perante a qual a maior parte dos pensadores respondem. Para Marx, a cultura fazia parte da superestrutura fundada em última instância nas relações sociais de produção e nas forças produtivas que constituíam a base económica (infra-estrutura) da sociedade (Marx, 1971: 20-21).

Na Teoria Crítica, a comunicação de massa era abordada enquanto ideologia na medida em que glorificaria a sociedade presente, dissolveria o seu antagonismo com a realidade social, perdendo a sua dimensão crítica (cfr. Adorno, 1996a: 68) A cultura mediática é entendida em relação directa com a interiorização das formas de dominação do sujeito emergentes com a racionalidade instrumental: “Hoje, a teoria já nem existe e a ideologia soa a partir das engrenagens de uma *praxis* irresistível” (Adorno, 1995: 29). O sujeito é quase reduzido a um efeito ideológico dos mecanismos culturais de socialização.

Graças ao conjunto de transformações que resultam da fragmentação cultural induzida pelos *media*, a análise da cultura de massa como ideologia, tema introduzido no criticismo cultural mais ou menos longinquamente relacionado com o marxismo, conheceu uma reformulação que se traduziu numa viragem acentuada. A tendência induzida pelos *media* para valorizar a diferença trouxe uma erosão substancial a este conceito unilateral, à luz do qual a negação da autonomia das formas simbólicas tinha dado consistência a uma visão reificada da comunicação de massa. A concepção de ideologia enquanto mero reflexo de uma realidade pré-dada confronta-se com dificuldades crescentes numa sociedade onde se aprofunda um espaço de luta entre definições conflituais da realidade. A visão da comunicação de massa como aparelho ideológico que procura realizar o consenso através da ocultação das dinâmicas sociais conflituais parece desafiada. Autores oriundos da Filosofia e da Sociologia como Noël Carrol e Thompson têm desafiado este tipo de conceptualização outrora em voga.

Para estes autores, a comunicação de massa é um dos meios principais pelas quais a ideologia é transmitida (Carrol, 1997: 362). Este facto deve-se à sua enorme capacidade de produzir e transmitir formas simbólicas, capazes de circular numa escala sem precedentes, alcançando milhões de pessoas que pouco têm em comum além das mensagens mediadas. Thompson chega, pois, a propor que se substitua a análise da ideologia relacionada com as transformações culturais associadas ao surgimento das sociedades industriais por uma análise da ideologia relacionada com as formas simbólicas produzidas pelos meios técnicos de comunicação de massa. A nova análise proposta teria como quadro de referência fundamental a mediatização da experiência cultural (Thompson, 1995: 342).

Simultaneamente, nega-se a ideologia como um momento coercivo, unilateral e redutor, perante o qual o sujeito se vê remetido a uma posição passiva de pura interiorização de mecanismos de socialização. Esta intuição tem um impacto considerável no processo de socialização, de aprendizagem de valores básicos, geralmente referenciada na senda de Gramsci, por hegemonia. Com a emergência das democracias de massa, Gramsci já compreendera que o elemento decisivo deixa de ser o exercício da coacção pelo Estado para passar a ser a habilidade

em obter um poder hegemónico enraizado nas organizações da sociedade civil e na mediação exercida pelos intelectuais (Gramsci, 1977; 24), acentuando-se o peso da cultura e dos elementos simbólicos, essenciais na sociedade civil como factores de obtenção da hegemonia política. A ideologia articula-se com a luta pela hegemonia. Na luta pela obtenção da hegemonia, os mundos imaginários funcionam como matéria simbólica para um consenso reordenador das relações sociais. Este tipo de abordagem traduz-se, no plano da análise dos *media*, por uma conflitualidade em torno das normas e significados dominantes e sua respectiva interpretação, admitindo mesmo a possibilidade de uma actividade cultural contra-hegemónica em relação à *correlação* de forças dominante.

Simultaneamente, nega-se que todas as formulações simbólicas, nomeadamente as produzidas pela comunicação de massa, sejam objecto de uma utilização ideológica. Esta intuição parte do pressuposto que o conceito de ideologia se refere às maneiras como o sentido serve, em circunstâncias particulares, para estabelecer e sustentar relações de dominação (Thompson, 1995: 16). Porém, não implica o pressuposto utilizado sistematicamente pelo criticismo cultural de que todas as formulações simbólicas se definam, irredutivelmente, como ideológicas. As formas simbólicas produzidas pela comunicação de massa podem surgir como ideológicas num contexto podendo surgir como subversivas em outro contexto (Thompson, 1995: 18)

Aceitando a pluralidade de modos de conflitualidade das sociedades modernas, as relações de dominação – e, conseqüentemente, a sua legitimação através do uso da ideologia – deixam de ser vistas, exclusivamente, enquanto relações de classe, designando apenas um eixo da desigualdade e da exploração (Thompson, 1995: 77). Marx desprezou “a importância das relações entre os sexos, entre os grupos étnicos, entre os indivíduos e o Estado, entre o Estado-nação e blocos de Estado-nação” (Thompson, 1995: 77). A concepção de ideologia continua a ser relevante para o criticismo contemporâneo, porém deve ser antes associada com qualquer forma de dominação ou de opressão social, independentemente de esta reflectir homofobia, sexismo, racismo (Carrol, 1997: 371). Pode-se, assim, falar de um novo pólo dinamizador das lutas sociais, que inclui a promoção simbólica das escolhas identitárias, e que pode ser incluído na ideia de «cidadania das minorias». O centro dos conflitos sociais já não se situa apenas nas esferas de reprodução material, como supunha o marxismo, mas também nas esferas da vida simbólica.

A aproximação entre a ideologia e a vida quotidiana é outra das tendências consistentes nesta tendência. Ao aceitarem-se elementos da vida quotidiana como essenciais para a questão da análise da dominação, abrem-se as portas a uma reflexão sobre as possibilidades da emancipação mais enraizada no mundo da vida. A vulgaridade, à qual os *media* abrem as suas portas, pode ser conside-

rada sob o ponto de vista da constituição de um espaço público permeável às questões da própria vida. Apesar da sua trivialidade e do modo quantas vezes reificador como os *media* abordam estas questões, a verdade é que não deixam de induzir possibilidades de redefinir a relação entre a política e o quotidiano, de modo a que os assuntos da vida das gentes comuns, tantas vezes reduzidos ao universo do privado, ascendam ao público. Com efeito, quantitativa e qualitativamente, a partir do capitalismo avançado do século XX, os *media* ganharam uma responsabilidade acrescida por fornecerem as bases para a construção das imagens, valores e representações que se erguem no mundo da vida quotidiana.

Nestas teses, a sociedade civil, convocada pela reflexão teórica, comparece como sociedade de comunicação. Qualquer que seja a centralidade que o capitalismo continua a ter na indústria cultural, o próprio mercado no exercício da sua abrangência corrosiva desempenha o papel que outrora identificava Marx: dissolve antigos consensos e «liberta» novos dialectos, como antes na sociedade industrial o capital criava os seus adversários. Esses novos dialectos que vêm à luz no espaço público não significam a emergência de qualquer realidade emancipada. Limitam-se a ser, eventualmente, os traços de incerteza, de indeterminação, de contingência que podem, eventualmente, alimentar os movimentos sociais dinamizadores de uma racionalidade menos unilateral, menos coesiva e mais crítica e multiforme.

Notas

¹ Nota do autor – Em latim no original. Pretende-se com a ideia da *camera obscura* fazer a alusão à metáfora da inversão da realidade que percorre a «Ideologia Alemã», de Marx e Engels.

² Declarações deste responsável citadas pelo Professor Nelson Traquina, no livro *Big show media* (cfr. Traquina 1997: 97)

Bibliografia

- Adorno, T. (1995), *Prisms*, Cambridge: MIT Press.
- Adorno, T. (1996), *Culture Industry*, Londres: Routledge.
- Adorno, T. (1996a), The schema of mass culture. In *Culture Industry*, Londres: Routledge.
- Adorno, T., (1996b) Cultural industry reconsidered. In *Culture Industry*, London: Routledge.
- Adorno, T. e Horkheimer, M., (1995), *Dialectic of Enlightenment*, Londres: Verso.
- Benjamin, W. (1987), A Obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. In *Obras Escolhidas*, São Paulo: Editora Brasiliense.
- Carrol, N. (1997), *The Philosophy of Mass Art*, Oxford: Clarendon Press.
- Curran, J. e Seaton, J. (s/d), *Power without responsibility*, Londres: Routledge.

- Déborde, G. (1991), *A sociedade do espectáculo*, Lisboa mobilis in mobile.
- Deleuze, G. e Guattari, F. (1995), *O anti-Édipo: capitalismo e esquizofrenia*, Lisboa: Assírio & Alvim.
- Gomes, W. (1995), Duas Premissas para a compreensão da política-espectáculo. In *Revista de Comunicação e Linguagens* n° 21/22, Lisboa: Cosmos, 299-317.
- Gramsci, A. (1977), *Quaderni del carcere*, Volume III, Torino : Einaudi.
- Horkheimer, M. (1974), Égoïsme et Émancipation. In *Théorie traditionnelle et théorie critique*, Paris : Gallimard.
- Horkheimer, M. (1974) *Théorie traditionnelle et théorie critique*, Paris: Gallimard.
- Horkheimer, M. (1990), *Teoria Crítica I*, São Paulo: Perspectiva.
- Lipovetsky, G. (1994), *O Crepúsculo do dever*, Lisboa: Dom Quixote.
- Marcuse, H. (1968), *A Ideologia da sociedade industrial. O homem unidimensional*, Rio de Janeiro: Zahar.
- Marx, K. (1971), *A contribution to the critique of political economy*, London: Lawrence & Wishart.
- Pissarra Esteves, J. (1995), Questões políticas acerca da indústria da cultura. In *Textos de Cultura e Comunicação*, n° 33: 85-96, São Salvador: Universidade Federal da Bahia.
- Pissarra Esteves, J. (1998), *A ética da comunicação e os media modernos*, Lisboa: Fundação Calouste Goulbenkian/ Junta Nacional de Investigação Científica.
- Rodrigues, A. (1990), O corpo e a linguagem. In *Revista de Comunicação e Linguagens* n°s 10-11: 25-32, Lisboa: Relógio d'Água.
- Rorty, R. (1994), *Contingência, ironia e solidariedade*, Lisboa: Presença.
- Sartre, J.-P. (1999), *O Ser e o nada*, Rio de Janeiro, Petrópolis: Vozes.
- Schudson, M. (1978), *Discovering the news*, New York: Basic Books.
- Taylor, C. (1992), *Ethics of Authenticity*, Cambridge: Harvard University Press.
- Thompson, J. (1995), *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*, Petrópolis: Vozes.
- Touraine, A. (1996), *O retorno do actor: ensaio sobre sociologia*, Lisboa: Piaget.
- Traquina, N. (1997), *Big show media*, Lisboa: Editorial Notícias.
- Traquina, N. (2002), *O que é... Jornalismo*, Lisboa: Quimera.
- Vattimo, G. (1992), *A sociedade transparente*, Lisboa: Relógio d'Água.
- Wolin, R. (1995), *Labirintos: em torno a Benjamin, Habermas, Schmitt, Arendt, Derrida, Marx, Heidegger e outros*, Lisboa: Piaget.

Imagens da Imigração em Portugal

Isabel Ferin Cunha

Instituto de Estudos Jornalísticos
da Universidade de Coimbra

Resumo:

Este artigo procura identificar as imagens da imigração em Portugal, a partir da análise de dois jornais diários, nos meses de Verão de 2000. Inicia-se o trabalho referindo, resumidamente, os contextos históricos e actuais da imigração em Portugal, assim como os motivos da nova alteração da Lei de Imigração. Constata-se que existem dois grupos dominantes percebidos pelos dois diários como imigrantes: os jovens da 2^a e 3^a gerações de filhos de imigrantes vindos dos Países Africanos de Língua Portuguesa e os imigrantes dos países da Europa de Leste. Convém esclarecer que os primeiros, não sendo imigrantes, mas luso-africanos, na maioria com nacionalidade portuguesa, surgem socialmente associados à imigração e percebidos como «imigrantes de origem africana». Após proceder-se ao levantamento das imagens presentes nos dois diários, conclui-se que existe um tratamento diferenciado destes dois grupos tendente a reforçar os estereótipos, existentes na sociedade portuguesa, sobre os africanos e os europeus de Leste.

Palavras-chave:

Imigração; Análise de Imprensa; 2^a e 3^a Gerações filhos de imigrantes; Discriminação.

Os contextos da imigração em Portugal

Dá-se início a este trabalho com a apresentação de um balanço da imigração, tendo em consideração algumas especificidades da História recente: o processo que levou à independência dos Países Africanos sob dominação colonial portuguesa nos meados da década de 70; a adesão de Portugal à Comunidade Europeia, em 1986, assim como o subsequente desenvolvimento económico e social.

As transformações vividas pela sociedade, nas últimas três décadas, levaram a que Portugal, tradicionalmente um país de emigrantes, viesse a adquirir, também, o estatuto de país de imigração. Tal como é referido por Banha e Góis

(1999), consideram-se, neste trabalho, imigrantes os grupos ou pessoas que são socialmente percebidos como «estrangeiros originários de países pobres à procura de trabalho e melhores condições de vida». Esta percepção social dificilmente leva a considerar imigrante um indivíduo de nacionalidade inglesa ou espanhola, mas tende a identificar um indivíduo de origem africana – mesmo que nascido em Portugal, com nacionalidade portuguesa e, portanto, luso-africano brasileira, ou de leste, como sendo imigrante.

Parece evidente que a actual imigração deve ser entendida em função dos fluxos migratórios mundiais, mas deve ter em especial consideração as relações existentes entre Portugal e os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) que, num cenário de retracção e conflito – por exemplo, os planos de reestruturação do FMI e do Banco Mundial na década de 80, e as constantes guerras fratricidas dos anos 90 – empurraram para a antiga metrópole grande número de pessoas à procura de melhores condições de vida.¹ Um outro grupo de imigrantes, os brasileiros, tenderá também a crescer na sociedade portuguesa, como herança de uma história comum, na busca de maior estabilidade, segurança e condições económicas (Vianna, 2001). Por outro lado, e a partir dos finais da década de noventa, a melhoria das condições sociais, a retracção demográfica, os fundos estruturais e as grandes obras públicas previstas nos Quadros Comunitários de Apoio, aliados à desestruturação e fragmentação das repúblicas socialistas, atraem para Portugal grande número de cidadãos da Europa de Leste.

Frente a estes fluxos migratórios, várias têm sido as disposições legais adoptadas pelo governo, sabendo-se que Portugal é signatário dos Acordos de Schengen (assinados em 1993 e posteriormente alargados em 1999) que regulamentam a entrada e permanência de estrangeiros no espaço comunitário. A Lei da Nacionalidade Portuguesa, aprovada em 1981² tornou-se o primeiro instrumento dissuasor limitando o acesso à imigração a muitos potenciais candidatos das ex-colónias africanas, tendo sido regulamentada e/ou formulada sempre numa perspectiva restritiva em 1982, 1994 e 1997. Em 1992,³ inicia-se o primeiro processo de legalização de imigrantes clandestinos, permitindo que cerca de 39.000⁴ adquirissem autorização de residência e contabilizando-se, nesse momento, aproximadamente 28.300 imigrantes originários dos PALOP e cerca de 5.300 vindos do Brasil.

A partir da década de 90, pressões contraditórias informam as políticas portuguesas de imigração, na medida em que os sucessivos governos se encontram, por um lado, constrangidos por políticas restritivas europeias e, por outro, pelas necessidades significativas de recorrer à mão-de-obra estrangeira. Neste contexto, insere-se a reabertura, em 1996⁵, de um novo período para a regularização dos imigrantes clandestinos e, mais recentemente,

em Janeiro de 2001, um novo período para a concessão de vistos de permanência a trabalhadores estrangeiros, enquadrado juridicamente nas alterações à Lei de Permanência de Estrangeiros.

Enquanto, em 1996, foram conferidos 35.000⁶ vistos de permanência, 23.400 a imigrantes dos PALOP e 2 300 a cidadãos brasileiros, estima-se que este novo período de legalização se dirija, fundamentalmente, aos imigrantes da Europa de Leste.⁷ Na verdade, se em finais de 1999 o SEF (Serviço de Estrangeiros e Fronteiras) contabilizava, em dados provisórios, cerca 2 343 cidadãos de Leste em situação de legalidade, dados do mesmo SEF e da CGTP (Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses) estimaram, em Janeiro de 2001, entre 30 000 a 50 000 trabalhadores oriundos dos países de Leste em situação ilegal.⁸

**Quadro I: Estrangeiros legalmente residentes em Portugal,
por continente de origem
(situação em 1998)**

Continente	Nº
África	82 467
América do Norte	10 310
América do Sul	24 728
Ásia	7 887
União Europeia	52 273
Europa de Leste	2 110
Total	179 775

Fonte: SEF, Departamento de Planeamento. In: Janus 2001⁹

No contexto geral, é necessário, ainda, ter em conta a associação que a sociedade, sobretudo os media, tende a estabelecer entre a questão demográfica portuguesa e a imigração. Nesta perspectiva, são muitas as referências à realidade portuguesa, constatando, simultaneamente que «as taxas de crescimento natural e total situam-se entre as mais baixas, aquém da média europeia» ao mesmo tempo que a «população não aumentou nem diminuiu consideravelmente [quase 10 milhões de habitantes em 1999], mas conheceu oscilações significativas» tanto nos comportamentos como nas estruturas demográficas, principalmente no que toca à taxa de natalidade (próxima da média europeia) e fecundidade (igual à da média europeia) (Barreto, 2000: 42-43). Assim, e em conformidade com recentes relatórios das Nações Unidas, inúmeras vezes evocados, a imigração

para Portugal viria suprir lacunas demográficas e permitir a manutenção dos Serviços de Protecção Social.¹⁰

Os motivos da alteração da Lei de Imigração

Durante o período de discussão, na Assembleia da Republica, em Junho e Julho de 2000, os argumentos centraram-se, basicamente, na necessidade de criar um regime de autorização que permitisse aos estrangeiros permanecer em Portugal em função das necessidades de mão-de-obra, através da concessão de vistos de trabalho, renováveis ano a ano, até cinco anos. Nesta perspectiva, foi posta em discussão a necessidade, ou não, de estabelecer o princípio de quotas de imigração por países e qualificações profissionais, acordando-se na obrigatoriedade de reunir dados confiáveis para a elaboração de um relatório anual indicativo das carências de mão-de-obra, por sectores de actividade.¹¹

As alterações aprovadas, que fazem depender de um contrato de trabalho a autorização de permanência dos imigrantes, contaram com a oposição dos sectores mais à esquerda da sociedade, nomeadamente do Partido Comunista e do Bloco de Esquerda (partido à esquerda da formação socialista), assim como das organizações de imigrantes reunidas no Secretariado Coordenador das Associações para a Legalização (Obra Católica das Migrações, União Geral dos Trabalhadores, Casa do Brasil, Associação Guineense de Solidariedade Social e Associação Cabo-Verdiana). Estas organizações consideram que «a proposta do governo é sobretudo uma tentativa de satisfazer os interesses de algumas empresas de construção civil e obras públicas, assegurando-lhes a mão-de-obra que necessitam» e, ao contrário do que defende o governo, as novas disposições tornam os imigrantes extremamente vulneráveis aos interesses patronais, propiciando situações de grande dependência e fragilidade.¹²

Para o então ministro da Administração Interna, Nuno Severiano Teixeira, esta nova lei visa favorecer a imigração legal e inibir a imigração ilegal e, em simultâneo, reprimir o tráfico e a exploração dos imigrantes como mão-de-obra clandestina. Considerava, ainda, o ministro, que a mesma lei inseria um conjunto de medidas fundamentais para combater a angariação da mão-de-obra clandestina «criminalizando as redes de tráfico com uma moldura penal que pode ir até cinco anos de prisão» e criando um «regime de contra-ordenações para as empresas que empreguem mão-de-obra clandestina, com coimas que se cifram entre 300 e 4 9000 contos por cada imigrante em situação ilegal».¹³

No início do processo de legalização, vários deputados afectos ao Partido Socialista, consideraram que as novas disposições legais deveriam ser interpretadas à luz da legislação do trabalho em vigor, e dado que a autorização de

permanência depende de um contrato de trabalho, só seria possível o cancelamento da autorização de permanência «se a causa da não comunicação ou depósito do contrato de trabalho for imputável ao trabalhador».¹⁴ Na sequência desta interpretação abrangente, o director do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, afirmou que os trabalhadores que não conseguissem obter um contrato de trabalho escrito e válido deveriam dirigir-se «à Inspeção-Geral de Trabalho para que lá façam prova, com testemunhas, da sua situação laboral» após o que, seria aceite o pedido de visto de trabalho.¹⁵

Para trás ficou o projecto de um novo Processo de Regularização Extraordinária de Imigrantes Clandestinos, apoiado pela esquerda parlamentar (PCP, PEV e BE) e fundamentada tanto no facto de se estimarem «em cerca de 50 000 o número de cidadão estrangeiros a residirem e a trabalharem clandestinamente», como na situação de tolerância do Estado perante a exploração resultante da clandestinidade, dado que precisa destes imigrantes para realizar grandes obras públicas.¹⁶

Concluindo, são elementos essenciais para a compreensão dos fenómenos migratórios e sucessivas alterações à legislação, nesta última década, a internacionalização da economia, o aumento de fluxos de capitais e a flexibilização do trabalho. Contudo, sendo todos os sectores da sociedade portuguesa unânimes a estabelecer relações intrínsecas entre as necessidades de mão-de-obra e a imigração, convém salientar que a «estrutura ocupacional da população activa estrangeira em Portugal... evidencia uma sobre-representação, quer entre as profissões altamente qualificadas, quer nas actividades de baixa qualificação, apresentando-se, portanto, claramente bipolarizada» (Banha et al., 1999: 147-173). Isto é, no topo da pirâmide social, encontramos profissionais «estrangeiros» altamente qualificados, normalmente cidadãos comunitários ou americanos (incluindo cerca de 4 000 brasileiros) e, do outro lado, na base da sociedade, situa-se um crescente número de trabalhadores «imigrantes», maioritariamente oriundo dos PALOP – cerca de 80% dos cabo-verdianos e dos guineenses trabalham na construção e obras pública – e, agora, da Europa de Leste, em funções não qualificadas e no mercado de trabalho informal (INE, 1998).

Alguns princípios metodológicos

A análise de imprensa que nos propomos fazer incide sobre dois jornais diários de referência, o *Público* e o *Diário de Notícias*, referentes aos meses de Julho e Agosto de 2000, num total de 60 peças. Estas peças incluem reportagens, notícias, artigos de opinião muitas vezes com fotografias, tendo, mais de metade, chamadas na primeira página. Constituíram unidades de análise os títulos, os *leads* e as cachas.

A delimitação do *corpus* empírico obedeceu aos seguintes pressupostos:

primeiro, sendo os meses de Julho e Agosto os meses de discussão na Assembleia da Republica de uma nova alteração à Lei de Permanência de Estrangeiros, seria provável, dado o efeito de agenda (McCombs e Show, 1972), que a imprensa focasse a questão da imigração. Um segundo pressuposto, advém de estudos anteriores (Ferin-Cunha, 1995), que apontam os meses de Verão, dada a escassez de matéria política nacional e internacional, como sendo os de maior visibilidade para acontecimentos sobre *problemas* da imigração, normalmente relacionados com a 2ª e 3ª gerações de filhos de imigrantes dos PALOP, na maior parte possuidores de nacionalidade portuguesa, portanto luso-africanos, mas percebidos no senso comum de forma discriminatória, como «imigrantes» (Marques et al., 1999).

Como foi referido por Charaudeau (1997: 72), o discurso jornalístico tem características específicas na medida em que pressupõe a existência de um contrato de comunicação que envolve, simultaneamente, um contrato situacional (processo de selecção e transformação dos acontecimentos genuínos em acontecimentos construídos) e um contrato discursivo (fundado na legitimidade, credibilidade e autenticidade da função da imprensa e do jornalista).

Estas premissas fundadoras do discurso jornalístico pressupõem os conceitos ambíguos de informação-notícia e valor-notícia, os quais determinam a assunção da notícia como uma construção, um produto cultural, uma “estória” passível de ser contada em diversas formas narrativas (Traquina, 1993: 13).

Metodologicamente, assume-se em consonância com Weber (*apud* Tuchman, 1991) que o contexto das notícias é mais importante que a notícia em si, facto que nos levou a estabelecer os contextos da análise qualitativa no início do trabalho. Considera-se, ainda, que as notícias tendem, quer a construir uma coesão social, quer a formar consensos e nesta perspectiva, segundo afirma van Dijk (1991), surgem como manifestações de comportamentos e atitudes culturais e cognitivas dominantes, de um grupo ou grupos, em determinada sociedade.

No início da década de 80, Peter Braham escreveu *How the Media report race*, um artigo que, até hoje, mantém grande actualidade nas relações que estabelece entre sociedade, media e imigração. A primeira observação, presente neste artigo, advém da constatação do autor de que, no início da década de 50, apesar da imigração para a Grã-Bretanha ser fundamentalmente de brancos, o termo “imigrante” era utilizado quase como sinónimo de negro, sendo que em muitas cabeças brancas a pigmentação negra estava associada a sujidade, pobreza, estatuto social baixo, baixa inteligência, sexualidade animal, primitivismo, violência e inferioridade em geral (Braham, 1982). A segunda questão radica na natureza dos media, neste caso a imprensa, nos critérios do valor-notícia que a imigração envolve, nomeadamente no que respeita à percepção da sociedade dominante frente às potenciais ameaças e conflitos despoletados

por minorias negras.

Na sequência destas observações, e dos trabalhos realizados por Liebes e Curran (1998) convém ter em conta, ainda, que grande parte das imagens que encontramos nos media, e neste estudo de caso, na imprensa, tendem a reflectir a experiência e os interesses dos grupos dominantes (considerados como maiorias) na nossa sociedade, pressupondo como audiências/leitores as mesmas maiorias ou grupos dominantes.

Nesta perspectiva, a análise de imprensa que se pretende fazer obedece a dois momentos metodológicos distintos: o primeiro consistindo na análise de conteúdo das peças, com base nas unidades de análise anteriormente referidas e o segundo momento, realizando uma análise do discurso, procura identificar as visões do mundo que subjazem à produção e reprodução dos textos informativos, nomeadamente as estruturas, estratégias, ou outras propriedades do texto, que permitem identificar determinadas saliências cognitivas dominantes na sociedade portuguesa (Pedro, 1997).

Na análise de conteúdo elegeu-se como categoria central de análise o actor social e as suas diversas facetas. Assim, tomou-se especial atenção às nomeações nas peças, de nacionalidade e etnia, cenário e/ou local, género, grupo etário, papel social e valores (Berger, 2000).

Na análise do discurso, dada a extensão das tarefas a realizar, centramo-nos, também preferencialmente, no aspecto da representação dos actores sociais (van Leeuwen, 1997) e nas estratégias narrativas que permitem a sua exclusão e inclusão nas peças.

A análise mais aprofundada incidiu sobre duas reportagens, uma realizada no mês de Julho no jornal *Público* (02/07/2000) sobre os chamados «gangs juvenis» formados essencialmente por jovens da 2ª geração – que, não sendo imigrantes, se encontram periodicamente associados aos problemas decorrentes da imigração – e uma outra, publicada no *Diário de Notícias* nos dias 5 e 6 de Agosto, sobre os imigrantes da Europa de Leste.

Necessário ainda ressaltar que, por diversas vezes, se utiliza peças jornalísticas como fontes, nomeadamente quando apresentam dados quantitativos sobre determinados fenómenos de imigração.

As imagens da Imigração

Com os pressupostos teóricos e metodológicos referidos, convém pormenorizar, um pouco, a “estória” que envolve os meses de Julho e Agosto, tendo em consideração que, em Junho, já tinham sido aprovados o III Quadro Comunitário de Apoio e a realização do Euro-2004 em Portugal, aprovações que envolvem grandes investimentos económicos, nomeadamente em infra-

-estruturas. No mesmo mês, iniciam-se as férias escolares de Verão e os debates na Assembleia da República sobre as alterações à Lei de Permanência de Estrangeiros.

Nos finais de Junho e durante o mês de Julho, foram frequentes os assaltos a comboios suburbanos e a postos de gasolina, envolvendo grande número de jovens das periferias da Área Metropolitana de Lisboa. Os media, de uma maneira geral, e a televisão, em especial, deram grande cobertura a estes acontecimentos, convidando os líderes dos partidos de oposição a pronunciarem-se sobre estes fenómenos inéditos, na sua extensão, em Portugal. Os partidos de oposição começam, de uma maneira geral, a estabelecer relações entre os assaltos, praticados por jovens da 2ª e 3ª gerações de imigrantes, com as alterações à Lei de Permanência de Estrangeiros, apelando para que o Governo exerça, simultaneamente, uma maior vigilância sobre a imigração clandestina e fomenta políticas de inserção dos imigrantes legalizados.

Na madrugada de 21 para 22 de Julho, um grupo de jovens da 2ª geração assalta vários postos de gasolina na área metropolitana de Lisboa, tendo tentado violar uma actriz de teatro e de televisão de grande projecção nacional. Este facto vem acentuar nos media, sobretudo na televisão, a agenda da Imigração e dos seus *problemas*, sendo estes identificados com a marginalidade de muitos jovens da 2ª e 3ª gerações. Note-se, em conformidade com os registos presentes na base de dados do Projecto *Observatory against ethnic and sexual discrimination*, os telejornais maioritariamente dedicados aos temas e sub-temas da Imigração, onde se estabelece frequentes relações entre a imigração de origem africana e a delinquência juvenil, as questões de segurança pública e subseqüentes desdobramentos políticos.

O exercício desta agenda forte, por parte dos media, evocando o sentimento geral de «insegurança» dos habitantes da área metropolitana de Lisboa, obtidos por sondagens contratadas¹⁷ e a pressão dos partidos de oposição, leva à demissão do Ministro da Administração Interna. Simultaneamente a estes factos, surgem medidas tendendo a reorganizar as políticas de reinserção social de jovens delinquentes e alterações aos mecanismos de imputação criminal juvenil. Durante o mês de Julho e Agosto, aumentam¹⁸, também, as referências nos media aos imigrantes da Europa de Leste, às suas condições de trabalho e vida, assim como à exploração realizada por redes de tráfico organizado de mão-de-obra e patrões pouco escrupulosos.

Assim, explicitada a “estória” do contexto que envolve a análise de imprensa que se pretende fazer, subdividiram-se as 60 peças recolhidas, em Julho e Agosto nos jornais *Público* e *Diário de Notícias*, nas duas grandes temáticas propostas: a imigração percebida, por grande parte da sociedade como sendo de «origem africana» – isto é, as questões referentes à 2ª e 3ª gerações, filhos de imigrantes

africanos – e a imigração da Europa de Leste.

Antes de iniciar a análise, convém referir que no conjunto das peças levantadas, durante este período, encontrou-se, apenas uma, nas páginas interiores, intitulada *Os homens de toda a parte*¹⁹ com referência a imigrantes africanos, um senegalês e três marroquinos. Referências a imigrantes dos PALOP, trabalhadores da construção civil ou com outro tipo de actividade não foram encontradas, excepto no momento de contextualizar famílias de jovens de 2^a e 3^a gerações.²⁰

Feita esta ressalva, passou-se, com base nos títulos, *leads* e *cachas*, à análise de conteúdo e do discurso tendo como principal preocupação a categoria actor social, desempenhada pelos imigrantes, nomeadamente nas suas sub-categorias de exclusivos (quando os actores sociais não são nomeados) ou inclusos (quando os actores sociais são nomeados), segundo as orientações de van Leeuwen (1997). Nesta perspectiva, foram consideradas as atribuições manifestas de nacionalidade ou etnia, papel social e valores, assim como o cenário ou local referido na peça, ou ainda, o grupo etário mencionado.

Numa leitura dos títulos das primeiras páginas nos jornais seleccionados, durante os dois meses, no que respeita às imagens da 2^a e 3^a gerações – filhos de imigrantes dos PALOP, percebidos socialmente como «imigrantes de origem africana» – pode-se ler: «Reportagem nas zonas problema: Viagem ao interior das “gangs” da Grande Lisboa» (*Público*, 1^o página, com fotografia, 02/07/2000); «Dez por cento dos reclusos, na maioria africanos: Estrangeiros cumprem penas altas em Portugal» (*Público*, 1^a página, com fotografia, 04/07/2000); «Vítimas identificaram jovens detidos pela PSP: Acusados de assaltos a gasoleiras vão amanhã a tribunal. Ontem registaram-se mais dois furtos» (*Diário de Notícias*, 1^a pagina, com fotografia, 23/07/2000); «“Gang” na cadeia: Juiz determina a prisão preventiva de seis elementos do “gang” e o internamento de um menor numa casa de correcção» (*Diário de Notícias*, 1^a página, com fotografia, 25/07/2000). Convém referir que a maioria das fotografias, tanto na primeira página como nas interiores, apresenta jovens e adolescentes de origem africana a serem detidos pela polícia.

A análise das peças referente a esta temática aponta, ainda, para um actor social incluso (isto é, nomeado e personalizado) normalmente passivo (poucos discursos relatados na primeira pessoa quer pelo recurso a entrevistas, quer por nomeação de testemunhas ou fontes) mas frequentemente determinado e diferenciado de forma relacional (através da nomeação de características socio-económicas), por identificação física (as peças fazem referência à idade, etnia, cenário/local do acontecimento, bairro de origem, origem dos país) e simbólica (quase sempre referência à não existência de *valores*). No conjunto das peças, a fotografia, que muitas vezes apresenta um discurso contrário ao discurso da peça, é um grande apoio à definição e caracterização pública do actor social.

Pormenorizando, o actor social percebido como «de origem africana»,

neste estudo de caso, é manifestamente adolescente ou jovem adulto, habitante dos bairros degradados ou de realojamento da periferia da Grande Lisboa, tem uma família normalmente desestruturada e uma história de insucesso escolar aliada a diversas passagens por colégios ou institutos de reeducação. É de origem cabo-verdiana, nascido em Portugal, socialmente percebido como delinquente ou marginal, desempregado, dado que recusa trabalhar num qualquer emprego (leia-se na construção civil ou trabalhos desqualificados), sendo acusado de preferir – em função dos seus valores – roubar ou traficar droga.

Em contraposição ao actor social percebido como «de origem africana» temos outros actores sociais inclusos, normalmente activos e personalizados (caso dos polícias e dos juízes, a quem se confere o discurso na primeira pessoa), determinados por nomeação funcional e simbólica (através da referência a cargos, funções e acções em prol da manutenção da ordem, da justiça e do bem estar social) e identificação física (as peças fazem referência ao tempo e ao espaço). Há, ainda, dois outros actores sociais, com características que oscilam entre a exclusão (o Estado e ou Governo) e a impersonalização (as vítimas da criminalidade), na medida que ora são suprimidos, ora omitidos, ou ainda objectivados.

O mesmo percurso de análise, para a imigração da Europa de Leste, leva-nos para a seguinte sequência de títulos de primeira página: «*Construtoras querem recrutar 50 mil trabalhadores no Leste: Escassez de pessoal pode comprometer obras em curso e muitas outras previstas para breve*» (*Público*, 1ª página, com fotografia, 07/07/2000); «*Mafias actuam no Algarve: angariadores sem escrúpulos decidem a vida dos imigrantes de Leste, que são já cerca de 20 mil no Sul do País*» (*Diário de Notícias*, 1ª página, 05/08/2000); «*Clandestinos Trabalho escravo na margem Sul*» (*Público*, 1ª página, 11/08/2000). Convém referir que a maioria das fotografias, nas páginas interiores dos jornais, foca preferencialmente as condições de trabalho na construção civil e depois os próprios imigrantes da Europa de Leste.

O actor social desta temática é constantemente nomeado e personalizado (é portanto um actor social incluso) muitas vezes activo (com muitos discursos na primeira pessoa, quer no corpo das peças, quer na citação de fontes), determinado e diferenciado de forma relacional (através da nomeação, quase sempre de forma positiva, de características socio-económicas, nomeadamente, formação profissional, ocupação anterior e actual) e por identificação física (as peças fazem referência à nacionalidade, por vezes às características físicas, idade e local actual de trabalho) e simbólica (privilegiando a referência aos valores família, trabalho, civismo). As fotografias, sobretudo nas reportagens, reforçam o discurso das peças e a construção pública do actor social, na medida em que tendem a personificar os valores enunciados nas peças.

Assim, o actor social imigrante da Europa de Leste é, basicamente, do género

masculino (apesar das referências a mulheres e a casais), adulto de meia-idade, trabalhador da construção civil, com formação superior às funções que actualmente desempenha. Chegou a Portugal através de redes clandestinas de mão-de-obra. Vindo, principalmente, da Moldávia ou da Ucrânia, ou de alguma outra ex-República da União Soviética, encontra-se ilegal – em situação de fragilidade frente ao intermediário, patrão ou empresário – e pretende legalizar-se. Habita os estaleiros das obras, ou quartos alugados, guarda grande parte do dinheiro, trabalha mais de dez horas por dia, incluindo os fins de semana. É católico ortodoxo confesso, procura aprender o português, manda o dinheiro quase todo para a família que quer trazer, por uns tempos, para Portugal.

Contracenando com o actor social imigrante da Europa do Leste temos um grupo de actores sociais inclusos passivos mas personalizados (os angariadores de mão-de-obra, os intermediários, os empresários desonestos e os construtores civis), determinados por nomeação funcional (através da referência a funções e acções), por nomeação simbólica (comportamentos e atitudes frente aos actores sociais imigrantes de Leste) e identificação física (referência nas peças à nacionalidade, ao tempo e ao espaço). Num outro grupo de actores sociais inclusos, oscilando entre a passivação e a impersonalização, encontram-se agrupados o Estado, o Governo, os funcionários do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, os funcionários da Inspecção Geral do Trabalho e as Confederações do Trabalho. Estes actores são frequentemente nomeados por se desviarem das funções que deveriam cumprir.

Conclusão

Para concluir este estudo de caso, apresentam-se as imagens contrapostas da Imigração percebida como de «origem africana» – na verdade, o que socialmente é percebido como imigração de «origem africana», isto é, as 2^a e 3^a gerações de filhos de imigrantes dos PALOP²¹ – e da Imigração da Europa de Leste, dando especial atenção às características imputadas ao actor social imigrante.

A primeira constatação é que o actor social é nomeado e personalizado (incluso), seja «de origem africana» ou da Europa de Leste. É, portanto, um actor social com grande protagonismo na imprensa, o que demonstra a centralidade do fenómeno da imigração na sociedade portuguesa e as suas implicações políticas, económicas e sociais. Contudo, as formas de protagonizar as acções, neste discurso, são diferenciadas. Enquanto os indivíduos percebidos como «imigrantes de origem africana», são, em geral, relatados na forma passiva – as acções são relatadas na voz passiva e o sujeito surge colectivo, por exemplo, os «gangs», «eles», os «jovens da periferia», os «jovens de 2^a geração»²² – os imigrantes da Europa de Leste são, muitas vezes, representados de forma activa,

através de testemunhos contados na primeira pessoa e «histórias de vida».

O segundo momento de comparação estabelece-se na determinação da forma relacional, isto é, na nomeação das características socio-económicas que determinam estes dois grupos. Quando se apresentam os indivíduos percebidos como «imigrantes de origem africana», fala-se das condições miseráveis de habitação, dos bairros degradados e de realojamento, das dificuldades de inserção cultural, nomeadamente, na escola e nos ritmos de trabalho. Não há referências a formas relacionais positivas ou anteriores ao tempo de imigração, suas, dos pais ou antepassados. No momento de referir os imigrantes da Europa de Leste, evoca-se, também, as condições degradantes em que vivem, mas contrapondo-se, frequentemente, o estatuto social «superior», anterior à chegada a Portugal.²³ Nesta perspectiva, o primeiro grupo de «imigrantes» é «naturalizado», através do discurso da imprensa, nos bairros economicamente desfavorecidos – nunca havendo referências à nacionalidade portuguesa da maioria – enquanto o segundo grupo é «transitoriamente» situado, dadas as agruras da imigração, em situações desfavoráveis.

Relativamente à identificação física, os indivíduos percebidos como «imigrantes de origem africana» são, preferencialmente, caracterizados em função da idade, dos locais onde habitam e etnia,²⁴ reforçadas por fotografias de jovens em situações de coacção policial. Esta caracterização assemelha-se, no conjunto, à dos imigrantes da Europa de Leste, apesar destes últimos apresentarem, no *corpus* analisado, um maior número de descrições físicas personalizadas (cor da pele e olhos, constituição física, profissões anteriores, etc.), reforçadas por fotografias individuais de carácter privado. No momento da identificação simbólica, a imprensa refere, sistematicamente, as dificuldades de integração e a não existência de «valores» nos indivíduos percebidos como «imigrantes de origem africana», ao mesmo tempo que salienta a «vontade de vencer» e o amor à família, aliados ao civismo e à capacidade de trabalho dos imigrantes da Europa de Leste.

Convém, ainda, apresentar os actores sociais que se contrapõem, respectivamente, aos imigrantes percebidos como «de origem africana» e aos da Europa de Leste. No primeiro caso, tal como já foi referido, os actores sociais que contracenam com os indivíduos percebidos como «imigrantes de origem africana» são, preferencialmente os polícias e os juizes (actores activos), que têm o papel de fazer respeitar a ordem e a sociedade de direito. O Estado e o Governo estão normalmente ocultos, não lhes sendo atribuídas, nas peças analisadas, responsabilidades na gestão social, excepto no caso do Ministro da Administração Interna, um actor social coadjuvante, oculto, acusado de não conseguir conter a violência e combater a insegurança urbana.²⁵ Contracenando com o segundo grupo, temos relatos, na passiva, de intermediários mafiosos, empreiteiros e

empresários – pouco escrupulosos, na maioria – que atentam contra a ordem pública e os direitos mais elementares da dignidade humana. Ao Estado, ao Governo e aos funcionários do Estado (actores passivados) são, constantemente, exigidas medidas no sentido de impor a ordem e a lei.

Estas imagens dos indivíduos percebidos como «imigrantes de origem africana» e dos imigrantes da Europa de Leste levam a algumas observações de carácter teórico. A primeira observação prende-se com a reafirmação do papel dos media como construtores da realidade social, como um espaço público de articulação, transformação e construção de ideias. O que os media produzem, tal como refere Stuart Hall (1995), são precisamente representações do mundo social, imagens, descrições, explanações e quadros de como o mundo «é». Neste sentido, os media constróem para os públicos definições de «grupos étnicos», de «imigração» e suas características, sempre na perspectiva dos grupos dominantes ou majoritários da sociedade (Gross, 1998). Simultaneamente, determinam o que é suposto ser entendido como problema de imigração ou raça, podendo-se afirmar que o que publicam, e ou editam, sobre imigração e grupos étnicos, influencia directamente as percepções sociais neste campo. Por outro lado, tal como afirma van Dijk (1991), grande parte dos nossos conhecimentos e crenças, sociais e políticas, sobre o mundo derivam de milhares de narrativas de notícias, que lemos ou vemos todos os dias.

Este círculo de reprodução de cognições sociais sobre o mundo, neste caso particular sobre os indivíduos percebidos socialmente como «imigrantes de origem africana» e imigrantes da Europa de Leste, parece vir reforçar «ideologias», estereótipos e crenças sobre grupos étnicos. Ao primeiro grupo, e tal como já foi referido, são imputadas determinadas características como fazendo parte da natureza desse mesmo grupo. Por outro lado, independentemente do discurso «politicamente correcto» estão constantemente presentes os indicadores que colocam os indivíduos percebidos como «imigrantes de origem africana», na categoria de minoria ameaçadora à ordem «branca» maioritariamente dominante (Braham, 1982: 271), mesmo quando os mesmos crimes e ameaças são perpetrados por «brancos». Assim, parece ser possível afirmar que os media, e a imprensa, fazem o jogo do racismo subtil (Vala, 1999), presente na sociedade portuguesa, na medida em que, quer evitando nomear «a raça», quer nomeando a «raça», acabam por lhes atribuir, implicitamente, todos os *problemas* da imigração dada a própria natureza da «origem africana». Esta questão, torna-se mais clara quando comparada com as imagens da imigração da Europa de Leste.

A mesma reconstrução e reprodução de cognições, mas de sinal contrário, parece estar em curso relativamente aos imigrantes da Europa de Leste, sendo que os media – muito especialmente as televisões, mas também a imprensa nas

peças analisadas – parecem ter estratégias de reforço das ideologias, estereótipos e crenças dos portugueses sobre este grupo. A primeira estratégia, em consonância visível como o poder político e económico, centra-se na assunção pública do *deficit* demográfico e da necessidade crónica de mão-de-obra. Este «facto», exposto e construído nos media, leva à constatação que a imigração exterior à Europa é dificultada pelos Acordos de Schengen, excepto para os brasileiros dado os acordos anteriores. Por esta razão, torna-se difícil a entrada de imigrantes dos PALOP sendo necessário recorrer a um outro grupo de trabalhadores. A disponibilidade dos europeus de Leste, a sua proximidade geográfica, facilidades na obtenção de vistos e formação profissional, torna-os, naturalmente, candidatos. Assim, desenvolvem-se, neste momento, estratégias de «aceitação social» que envolvem quer a exposição de trajectórias individuais – através da apresentação de numerosas histórias de vida – quer de valorização das qualidades humanas e profissionais dos imigrantes residentes e candidatos a residentes, quer ainda pelo recurso à comparação com os percursos de emigração portuguesa, para a Europa, nos anos 60.

Nesta perspectiva, parece poder ser possível concluir que a imprensa tende a olhar os imigrantes da Europa de Leste como «nós próprios», isto é, como sujeitos e cidadãos que protagonizam acções e têm direitos, mesmo quando não falam português e se encontram em situação ilegal. Neste sentido, pode-se falar que os imigrantes do Leste da Europa são objecto de um discurso empático, por parte da imprensa, atitude que reforça tanto as cognições sociais dominantes, como as saliências cognitivas das experiências e da proximidade cultural (Hall, 1995), ao mesmo tempo fazem claramente distinção entre aqueles que constituem uma ameaça (as mafias) e aqueles que são trabalhadores honestos. No que se refere aos jovens luso-africanos, a imprensa tende a considerá-los como sujeitos sem cidadania, reforçando a condição de minoria étnica em situação de «ilegalidade» ou de «devedor» social, pelo reforço, implícito ou explícito da imagem de «imigrantes de origem africana» de 2^a e 3^a gerações, tornando-os sujeitos de um discurso «ameaçador» (Braham, 1982) para a maioria, que são o seus supostos leitores, atitude que tende a reforçar as cognições sociais dominantes, reproduzindo e fomentando o racismo flagrante e o racismo subtil.

Notas

¹ Os africanos procuram cada vez mais Portugal: dados provisórios do INE indicam quase 200 mil estrangeiros a residir legalmente no País, tendo 12 500 chegado em 1999, *Diário de Notícias*, 21/09/2000, p. 15.

² Lei n.º 37/81 de 3 de Outubro, regulamentada pelo Decreto-Lei n.º 322/82 de 12 de Agosto.

³ Decreto Lei nº212/92 de 12 de Outubro.

⁴ Fonte: Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (dados fornecidos pelo Centro de Documentação do Ministério do Trabalho).

⁵ Lei nº 17/96 de 24 de Maio.

⁶ Fonte: Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (dados fornecidos pelo Centro de Documentação do Ministério do Trabalho).

⁷ 'Portugal não está preparado para os imigrantes de Leste', *Expresso*, 03/02/2001.

⁸ Azevedo, V. 'Mão de Obra descartável' *Expresso*, 20/01/2001, p. 41.

⁹ Comunidades Estrangeiras em Portugal (2001) In: *Janus 2001*, Lisboa, Público/Universidade Autónoma, pp. 168-169.

¹⁰ Carvalho, C. 'Europa precisa de 35 milhões no próximo quarto de século', *Expresso*, 23/12/2000, p. 12.

¹¹ Silva, M. Quotas anuais de imigrantes: 'PS e PP de acordo, o governo vai definir, todos os anos, o número de estrangeiros de que Portugal precisa em cada sector', *Diário de Notícias*, 20/07/2000, p. 4; Correia, P. 'AR muda regras da imigração: governo, apoiado pelo CDS/PP, atribui direito de permanência até cinco anos aos estrangeiros com contratos de trabalho', *Diário de Notícias*, 27/07/2000, p. 4.

¹² 'Imigrantes sim, mas controlados', *Expresso*, 22/07/2000, p. 21.

¹³ Teixeira, N. S. 'Imigração: nova lei para nova política', *Diário de Notícias*, 22/01/2001, p. 10.

¹⁴ Almeida, S. J. 'Legalização não obriga a contrato: deputado do PS interpreta a Lei', *Público*, 02/02/2001, p. 7.

¹⁵ Carvalho, C. e Lopes, I. 'Lei com outra interpretação', *Expresso*, 03/02/2001, p. 20.

¹⁶ Confrontar com a exposição de motivos apresentada pelo Bloco de Esquerda à Assembleia da Republica, em Junho de 2000, em forma de Projecto de Lei nº 117/VIII sobre a abertura de um novo Processo de Regularização Extraordinária de Imigrantes Clandestinos: «Precisou dessa mão-de-obra para a realização de grandes obras públicas, como a EXPO/98, a Ponte Vasco da Gama, as novas vias de acesso na grande Lisboa, a Barragem do Alqueva, a ampliação da rede Metropolitana de Lisboa. E tudo indica que precisará deles para dar resposta às exigências dos Projectos de Construção Civil e de Obras Públicas que estão previstas a curto e médio-prazo. Para além da construção do metropolitano de superfície do grande Porto ou da construção da Barragem do Alqueva, crescem as obras relacionadas com o Europeu 2004: a construção de 303 hotéis e 5 estádios de futebol a construir de raiz, a renovação de estádios e a ampliação da rede viária».

¹⁷ Convénio entre a Câmara Municipal de Lisboa e a Universidade Católica.

¹⁸ Confrontar os registos referentes aos meses de Julho e Agosto de 2000, da base de dados do Projecto *Observatory against ethnic and sexual discrimination*, desenvolvido na Universidade Católica Portuguesa, durante os anos de 2000-2001 ao abrigo de projecto financiado pela Comunidade Europeia.

¹⁹ Pinto, C. e Amaro, J. B. 'Os homens de toda a parte', *Público*, 06/07/2000, pp. 2-3.

²⁰ Por exemplo: Viana, C. 'Adolescentes armados entre as Marianas e a escola: Violência migrante num bairro 'negro', *Público*, 02/07/2000, p. 4.

²¹ Confrontar a este respeito e relativamente a este período as peças que veiculam os apelos das Associações de Imigrantes Cabo-Verdianos para que a comunicação social não "cole" os problemas da imigração à criminalidade juvenil. Por exemplo: 'Associação rejeita colagem à violência: Cabo-verdianos dizem que autores dos assaltos devem ser punidos. E estão alerta contra injustiças.' *Diário de Notícias*, 18/08/2000, p. 18; ou ainda o artigo do provedor dos leitores, Diogo Pires Aurélio, 'Cidadãos, mas pretos', *Diário de Notícias*, 24/07/2000, p. 4.

²² Felner, R. D. 'Os dias da vida dos «gangs» de Lisboa', *Público*, 02/07/2000, p. 2. *Lead*: «Assaltam e agridem pessoas. Provocam desacetos. Pegam fogo a contentores, pintam "graffiti", furtam automóveis. São adolescentes que se movimentam em bandos de 10,15 e 20. Fumam haxixe, a maior parte não usa drogas duras. Habitam bairros degradados, clandestinos ou sociais, da região de Lisboa. Uma parte pertence à segunda geração de africanos que vieram para Portugal: mas tem mais afinidades com o imaginário "rap" norte-americano do que com a cultura do país. Isso percebe-se no orgulho negro, no ódio à "bofia", na música, nas sapatilhas coloridas, nos bonés, na agressividade. Outra parte, são jovens brancos da periferia de Lisboa, tão marginalizados como os primeiros. Mas são normais grupos com brancos e negros. A polícia conhece alguns cabecilhas. Captura-os frequentemente. E, frequentemente, solta-os. A raiz do problema, claro, é socioeconómica. A solução poderá passar frequentemente pela readaptação das escolas. E pela reintegração dos pequenos criminosos».

²³ Fonseca, J. P. e Oliveira, J.M. 'Imigração de Leste no Algarve' (I). *Diário de Notícias*, 05/08/2000, p. 4. *Lead*: «A miséria que atinge milhões de pessoas nos países do Leste empurrou muitos cidadãos para o Ocidente à procura de melhor vida. O Algarve está pejado de gente do Leste. São trabalhadores ilegais, com vistos de turistas. Muitos a viver em condições miseráveis. Os oportunistas enriquecem com isto».

²⁴ Sobre esta questão diz o provedor dos leitores, Diogo Pires Aurélio: «...Dizer que o "gang" era de pretos, ou que o assaltante era de "raça africana", não é apenas dizer a origem étnica daqueles que a polícia persegue ou capturou: é dizer também, objectivamente, que essa origem étnica teria alguma coisa a ver com o sucedido...», 'Cidadãos, mas pretos', *Diário de Notícias*, 24/07/2000, p. 4.

²⁵ Confrontar por exemplo a peça: 'Durão Barroso quer demissão de Fernando Gomes', *Diário de Notícias*, 16/08/2000, p. 17.

Bibliografia

- Banha, M. e Góis, P. (1999), Migrações Internacionais de e para Portugal: o que sabemos e para onde vamos? *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 52/53: 229-280.
- Banha, M., Ferrão, J. e Malheiros, J. (1999). Os imigrantes e o mercado de trabalho: o caso português, *Análise Social*, 34 (150):147-173.
- Barreto, A. , Org. (2000), *A Situação Social em Portugal 1960-1999*, Lisboa: ICS.
- Berger, A. (2000), *Media and Communication Research Methods*, London: Sage.

- Braham, P. (1982), How the media report race. In Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., Woollacott, J. (1998), *Culture, Society and the Media*, London: Routledge.
- Charandeau, P. (1997), *Le discours d'information médiatique*, Paris: Nathan.
- Ferin-Cunha, I. (1995), *Os africanos na imprensa portuguesa:1993-1995*, Amadora: Instituto Português da Juventude/Câmara Municipal da Amadora.
- Gross, L., Minorities, majorities and the Media. In Liebes, T. e Curran, J. (1998), *Media, Ritual and Identity*, London: Routledge.
- Hall, S. The Whites of Their Eyes: Racist Ideologies and the Media. In Dines, G., Humez, J. (1995), *Gender, Race and Class in Media*, London: Routledge.
- INE (1998), *Estatísticas Demográficas e Anuários Estatísticos*, Lisboa.
- Leeuwen, T., A representação dos actores sociais. In Pedro, E. (1997), *Análise Crítica do Discurso*, Lisboa: Caminho.
- Liebes, T. e Curran, J. (1998), *Media, Ritual and Identity*, London: Routledge.
- Marques, M., Ralha, T., Oliveira, C. e Justino, D. (1999), Between the "Lusophone community " and european integration where do immigrants fit in? In *SociNova, Working Papers*, 10.
- McCombs, M. e Shaw, D.(1972), The Agenda-Setting Function of Mass Media, *Public Opinion Quarterly*, 36: 176-187.
- Pedro, E. (1997), *Análise Crítica do Discurso*, Lisboa: Caminho.
- Traquina, N. Org. (1993), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, Lisboa: Vega.
- Tuchman, G., Media institutions: Qualitative methods in the study of news. In Bruhn, K. e Jankowski, N. (1991), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, London: Routledge.
- Vala, J. (1999), *Novos Racismos*, Oeiras: Celta.
- Van Dijk, T. News as discourse. In Bruhn, K. e Jakowski, N. (1991), *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, London: Routledge.
- Vianna, C. (2001), A Comunidade brasileira em Portugal. In *Janus 2001*, Lisboa: Público / Universidade Autónoma de Lisboa.

O Espaço Opinião na imprensa de referência portuguesa: 1980-1999¹

Rita Figueiras

Universidade Católica Portuguesa

Resumo:

Neste artigo pretendemos analisar o Espaço Opinião na imprensa de referência portuguesa, entre 1980 e 1999. Através da caracterização das rubricas que compõem este espaço nos jornais analisados, pretendemos saber quem representa a Opinião Pública: os colaboradores permanentes? Os leitores, através da publicação das suas cartas? Os cidadãos anónimos que respondem a inquéritos de opinião?

Através do grau de abertura/fechamento do Espaço Opinião, podemos definir tendências no sentido da democraticidade deste Espaço, acompanhando a sua evolução ao longo dos 20 anos em análise. Pretendemos, ainda, reflectir sobre a influência da transformação do Campo dos media (liberalização, comercialização e concentração da propriedade) no Espaço Opinião da imprensa estudada.

Palavras-chave:

Espaço Público; Opinião Pública; Espaço Opinião; *Opinion Makers*; Imprensa de Referência.

Introdução

Nos últimos 20 anos, a sociedade portuguesa e o campo dos media sofreram grandes alterações. Os anos 80 foram decisivos na história contemporânea de Portugal em diversas áreas, como a política, a economia ou os media.

As várias mudanças operadas na sociedade portuguesa, nomeadamente, com a normalização do regime democrático (Braga da Cruz, 1995) e a entrada de Portugal na Comunidade Europeia (Viegas, 1998), em 1986, consolidaram, definitivamente, a passagem de uma economia planificada para uma economia de mercado, baseada na livre iniciativa e na livre concorrência.

Foi neste contexto de abertura e liberalização que, no final dos anos 80, o campo dos media sofreu uma transformação estrutural. Esta transformação deu-se em três sentidos complementares: *privatização, comercialização e concentração* da propriedade dos diversos media (Correia, 1997).

A reestruturação do campo dos media deu origem a um aumento, diversificação e segmentação do mercado dos meios de comunicação disponíveis, quer no que diz respeito ao Entretenimento, quer à Informação.

Enquadrados nas sociedades democráticas, os media, entendidos como instituições que garantem e reflectem a democracia, desempenham um papel fundamental na dinamização da Opinião Pública, quer através da informação que disponibiliza, quer através do Espaço Opinião, espaço simbólico de confronto de discursos.

O Espaço Opinião, enquanto arquétipo do Espaço Público, revela-nos a «representação da representação» (Charaudeau e Ghiglione, 2000), que as várias publicações possuem do que consideram ser o «imaginário democrático» do seu público leitor.

Este imaginário social reflecte a matriz cultural da democracia ateniense, onde a *ágora* simboliza o local da “publicidade crítica”. Local onde as questões são dadas a conhecer, são publicitadas e as opiniões se submetem ao juízo crítico dos pares.

Na imprensa, este modelo realiza-se em duas etapas. Na primeira, o jornal apresenta os vários discursos e as estratégias argumentativas dos protagonistas socialmente reconhecidos para tal. A segunda etapa é feita pelo leitor, a quem cabe optar pelo modelo democrático que pretende, tendo em conta o seu mapa cognitivo e a sua representação social da democracia e modelo de Espaço Público.

Partindo do pressuposto que o Espaço Opinião sustenta a sua validade na simulação de um espaço público de opiniões em confronto sobre matérias de interesse público, pretendemos identificar quais são as entidades presentes e poder responder à questão: quem representa a Opinião Pública: Os colaboradores permanentes? Os leitores através da publicação das suas cartas? Os cidadãos anónimos que respondem a inquéritos de opinião?

Através do grau de abertura / fechamento do Espaço Opinião, podemos definir tendências no sentido da sua democraticidade, acompanhando a sua evolução ao longo dos 20 anos em análise, de 1980 a 1999.

Metodologia

Sendo este um trabalho que tem como principal objectivo captar as tendências evolutivas do nosso objecto de estudo, consideramos que a utilização de uma metodologia quantitativa extensiva é a que melhor se adequa ao tipo de recolha de informação que pretendemos efectuar.

Escolhemos como período temporal da nossa análise, os anos que vão de 1980 a 1999, inclusive. Entre os 20 anos que separam 1980 de 1999 podemos traçar algumas das principais alterações da paisagem mediática portuguesa – *desestatização, reprivatização, industrialização e segmentação* do mercado mediático – e testar as hipóteses a apresentar.

O Espaço Opinião é uma secção fixa dentro do jornal, que vive, precisamente, da assiduidade, do compromisso e da rotina da participação dos seus colaboradores permanentes. Por esta razão, construímos um período para amostra: Janeiro, Maio e Setembro de cada ano. Consideramos que os dados recolhidos, em três meses de cada ano, são suficientes para fazer o levantamento exaustivo dos colaboradores permanentes, entre 1980 e 1999.

A selecção dos jornais foi feita a partir da articulação de dois critérios: o posicionamento no mercado e a orientação ideológica (oscilando entre o *centro-esquerda* e o *centro-direita*); bem como, o seu público-alvo.

Da imprensa de referência dominante generalista seleccionámos 6 títulos: 3 diários, o *Diário de Notícias*, *A Capital* e o *Público*; e 3 semanários, o *Expresso*, o *Semanário* e *O Independente*.

Tendo em conta a vastidão do período temporal seleccionado para a nossa análise e as mutações registadas no sistema mediático português, alguns destes jornais serão trabalhados em períodos temporais específicos. Vejamos, o *Diário de Notícias*: 1980-1999; *A Capital*: 1980-1990; o *Público*: 1990-1999; o *Expresso*: 1980-1999; o *Semanário*: 1983-1988; *O Independente*: 1988-1999.

O *Diário de Notícias* e o *Expresso* acompanham todo o nosso estudo, por considerarmos que são jornais em que a sua condição de imprensa de referência dominante permanece inalterada. O mesmo já não se verifica com os restantes jornais. A partir de Maio do ano de 1988 vamos substituir o estudo do jornal *Semanário* pelo também semanário *O Independente* (ambos de *centro-direita*). A segunda alteração regista-se a partir de Março de 1990, com o aparecimento do diário *Público*, que vem substituir a análise do vespertino *A Capital* (ambos de *centro-esquerda*).

A alteração de um jornal por outro deve-se ao facto de os jornais substituídos terem vindo a ocupar o papel que os jornais substituídos ocupavam na vida política portuguesa, através da capacidade de determinar a Agenda Pública portuguesa, tendo em conta a sua proeminência e capacidade de *agenda-setter*.

O Espaço Opinião

Dentro de uma publicação jornalística encontramos, *grosso modo*, dois tipos de textos: os noticiosos e os de opinião². Os textos de natureza noticiosa ou informativa pretendem descrever a realidade, tendo os factos como eixo central

da sua narrativa. Os textos noticiosos desdobram-se em diversos géneros jornalísticos, como: Notícia, Artigo, Reportagem ou Entrevista.

Enquanto os textos noticiosos estão presentes ao longo de todo o jornal, os textos de opinião tendem a surgir agrupados numa secção que designamos por Espaço Opinião. O título referencial indica claramente que estamos perante uma secção dedicada à manifestação directa de opiniões (v.g. “Opinião” no *Diário de Notícias* ou “Espaço Público” no *Público*).

Como género jornalístico, a Opinião pode assumir variadas formas, de onde destacamos o Editorial, a Coluna de Opinião, as Cartas de Leitor ou os Inquéritos de rua.

O *Editorial* é da responsabilidade da direcção do jornal e representa o espaço onde livremente, e sem quebrar as regras deontológicas que norteiam a profissão jornalística, a equipa editorial se posiciona face a uma qualquer questão presente na Agenda Pública ou em destaque no jornal.

A *Coluna de Opinião* é da responsabilidade dos colunistas que colaboram regularmente com o jornal. Estes colaboradores podem ser individualidades externas ao campo dos media (não-jornalistas) ou jornalistas que não ocupam um lugar na direcção do jornal ou que exercem a sua actividade num outro órgão de informação não directamente concorrente.

As *Cartas de Leitor* dependem da iniciativa e responsabilidade dos leitores da publicação e correspondem a uma vontade de participar na discussão de alguma questão que esteja na Agenda Pública.

Os *Inquéritos*³ de rua correspondem a um modelo recente de indagar a opinião dos cidadãos anónimos. O seu posicionamento no jornal dentro do Espaço Opinião corresponde, a par das Cartas de Leitor, ao firmar da opinião dos cidadãos nos jornais.

A análise do Espaço Opinião é feita em duas etapas. Inicialmente, pretendemos fazer o reconhecimento do que cada jornal entende por Espaço Opinião, através da identificação dos elementos presentes nesta secção. Pretendemos assinalar se os textos de opinião são considerados como um género jornalístico, a par do género Notícia, Reportagem ou Entrevista ou, se pelo contrário, o Espaço Opinião é encarado como uma secção fixa dentro do jornal, a par de outras secções como Política Nacional, Política Internacional ou Sociedade.

Num segundo momento, pretendemos saber como evoluiu o Espaço Opinião ao longo dos anos, nomeadamente no que diz respeito a alteração de rubricas e proporção dos sujeitos considerados actores políticos presentes nos debates públicos.

Cada uma das décadas em análise é realizada separadamente para melhor exposição e compreensão. A comparação e relação entre os anos 80 e anos 90 surgirá na conclusão deste texto.

A análise do Espaço Opinião

Antes de introduzirmos os dados recolhidos sobre o Espaço Opinião interessa traçar uma breve panorâmica do ambiente que se vivia em Portugal entre 1980 e 1989. O contexto sócio-político é determinante na configuração da paisagem mediática de qualquer país e Portugal não é excepção.

1980-1989: Entre a estagnação e a mudança

No início dos anos 80, e em consequência da Revolução de 1974, ainda se vive em Portugal um período de instabilidade política. As regras de delimitação da recém-democracia portuguesa ainda estão a testar a sua validade e eficácia.

Estes tempos de grande fragilidade manifestam-se na constante mudança de Governo. Em 6 anos, Portugal conhece 4 Governos (VI-IX Governos Constitucionais). O último destes governos, uma coligação entre o PS e o PSD liderada por Mário Soares⁴, foi o que durou mais tempo (cerca de 2 anos).

A herança da militarização da política portuguesa é ainda patente na predominância dos militares nas instituições do Estado, embora já numa fase descendente, face aos anteriores Governos Constitucionais (Braga da Cruz, 1995).

No que diz respeito à economia, esta encontra-se ainda extremamente debilitada e instável, com todos os sectores estratégicos nas mãos do Estado, em consequência das nacionalizações ocorridas em 1975.

De entre os sectores nacionalizados encontramos a Banca e a Indústria, que antes do 25 de Abril de 1974 eram os principais accionistas dos meios de comunicação social (Imprensa e Rádio). Assim sendo, por via indirecta, os media portugueses ficaram também sob a tutela do Estado (Correia, 1997).

Na primeira metade dos anos 80, os meios de comunicação social possuem uma estrutura empresarial débil, manifesta em graves problemas financeiros, em estratégias pouco competitivas e em baixos índices de investimento publicitário. A agravar toda esta situação encontramos, também, os baixíssimos índices de leitura da imprensa em Portugal (Paquete de Oliveira, 1992).

A segunda metade dos anos 80, entre 1985 e 1989, corresponde a um novo ciclo da democracia portuguesa. Primeiro, corresponde à fase da desmilitarização plena da vida política portuguesa e progressiva perda de influência nas instituições públicas e políticas que culminou, em 1986, na eleição de um Presidente da República não militar, Mário Soares.

Segundo, com a adesão de Portugal à Comunidade Europeia, oficializada a 1 de Janeiro de 1986, inicia-se um conjunto de políticas com o objectivo de modernizar o país, sob o patrocínio dos fundos estruturais europeus. Dentro das prerrogativas e espírito europeu, Portugal caminhou no sentido da

liberalização do mercado e reforço dos capitais privados. Estes são também os anos da euforia da Bolsa de Acções, com políticas governamentais de incentivo ao capitalismo popular.

É neste período, também, que se consolida a institucionalização e normalização do regime democrático e a promoção de direitos cívicos políticos. Estes são os anos da primeira maioria partidária de Cavaco Silva e do PSD, que permitirá governar com estabilidade e sem o espectro da queda eminente do governo.

No enquadramento jurídico-político do espaço europeu não há mais lugar para um sector dos media na posse do Estado. Neste contexto, começa-se a discutir na sociedade portuguesa o início da privatização e liberalização do campo dos media.

A desestatização e privatização do sector começa com a iniciativa de reprivatizar o vespertino *A Capital*; a legalização das rádios piratas e o aparecimento de importantes projectos editoriais/empresariais. Em 1989, a culminar esta fase, encontramos um novo ordenamento jurídico que vai permitir operadores privados no ramo da Televisão em Portugal.

Vamos agora conhecer o que cada um dos jornais em estudo entende por Espaço Opinião e saber como evoluiu este espaço ao longo da década de 80⁵. Começamos primeiro por analisar os diários *Diário de Notícias* e *A Capital* e, depois passamos aos semanários *Expresso*, *Semanário* e *O Independente*.

1. O *Diário de Notícias*

Na primeira edição de Janeiro de 1980 o Espaço Opinião do *Diário de Notícias* ocupa uma página e surge entre a secção de Política Nacional e a secção de Política Internacional.

Essa página está identificada pelo título referencial Opinião, mas o certo é que, nessa mesma página, encontramos a par das colunas de opinião, textos de natureza informativa, como notícias, artigos ou entrevistas.

A participação dos colaboradores permanentes não obedece a nenhuma regularidade, no que diz respeito à periodicidade e ao dia da semana em que os textos são publicados.

Dentro desta moldura, no início de 1980, o Espaço Opinião, enquanto secção temática regulamentada e padronizada, não existe. O que existe é uma página cujo título alerta para a presença de textos de opinião, ladeados por textos de natureza informativa.

A falta de maleabilidade gráfica que caracterizava a construção das páginas dos jornais na altura, provavelmente não permitia compor e “arrumar” os textos de opinião, que acabavam por ocupar pouco espaço devido à densidade da mancha gráfica: ao tamanho de letra, linhas e colunas.

Ainda em 1980 este diário sofre uma reestruturação a nível gráfico e de substância. As mudanças introduzidas abrangem também o Espaço Opinião, com a standardização de rubricas permanentes e a tendência para a estabilização e rotinização da participação dos colaboradores permanentes.

Apesar de ser constituída por uma só página, o Espaço Opinião obedece a uma diagramação fixa e surge como uma verdadeira secção temática. Aqui encontramos unicamente textos de opinião: Editorial, Coluna de Opinião, Cartas de Leitor e Revista de Imprensa (selecção de algumas afirmações proferidas por figuras públicas a outros órgãos de comunicação social).

Uma outra alteração que gostaríamos de salientar diz respeito à localização do Espaço Opinião, que passa das páginas do meio para a página de abertura (a página dois).

Com estas alterações, estamos perante a criação de um Espaço Opinião com uma identidade própria que, através das rubricas que o compõem e da alteração de localização dentro do próprio jornal, manifestamente significa uma intencionalidade de dar visibilidade a esta nova secção.

Indo um pouco mais longe nesta análise, encontramos um novo rumo para este diário: um jornal onde se pretende “reflectir” o país e sobre o país. Estamos perante uma concepção de um jornal como um sujeito activo do Espaço Público, que pretende pensar e opinar sobre as questões da Agenda Pública.

A partir destas modificações de substância, nos anos seguintes registámos somente algumas alterações pontuais, com o objectivo de solidificar e dar maior consistência ao Espaço Opinião.

Em 1984, registamos um investimento neste espaço, com a passagem de uma para duas páginas, a regularização da participação dos colaboradores para um dia fixo e o aumento da presença de colaboradores por edição e a introdução do *Cartoon* como forma de transmitir opinião.

Ainda em 1984, uma novidade significativa é a percepção do valor comercial da Opinião, manifesta na chamada de 1.ª página para o artigo de Dinis de Abreu (sub-director), nas edições de sábado. A partir de 1985, as chamadas de 1.ª página alastram-se aos artigos de opinião ligados aos temas que se encontram em Agenda no momento.

A década de 80 testemunha a constituição e profissionalização do Espaço Opinião no *Diário de Notícias*. A Opinião apresenta-se como uma secção temática composta por rubricas fixas que pretendem reflectir as diferentes perspectivas de vários produtores de discursos reconhecidos socialmente: a redacção (Editorial), algumas personalidades públicas (Colunas de Opinião), os cidadãos anónimos (Cartas de Leitor) e, ainda num sentido lato, dirigentes políticos e o campo dos media (Revista de Imprensa, remete tanto para o autor do discurso como para o órgão onde foi publicada essa mesma afirmação).

2. *A Capital*

Na primeira edição de Janeiro de 1980, no vespertino *A Capital*, a Opinião apresenta-se sob a forma de dois registos diferentes: como género jornalístico e como secção temática, remetendo para um Espaço Opinião.

Sob a forma de género jornalístico, a Opinião aparece em todas as secções temáticas que compõem este jornal: Política Nacional, Política Internacional, Sociedade ou Desporto. Cada secção desenvolve e desdobra os seus assuntos pelos diferentes géneros jornalísticos, tendo em conta o valor-notícia ou relevância que o jornal pretende atribuir a determinado acontecimento. Assim, a par das notícias, artigos ou entrevistas, encontramos textos de opinião na secção dedicada à Política Nacional, Sociedade ou Desporto, produzidos pelos responsáveis de cada uma das secções evocadas.

Enquanto secção temática, o Espaço Opinião encontra-se ainda sob uma forma rudimentar. Em rigor, ainda não podemos falar de um verdadeiro Espaço Opinião. A página onde encontramos textos de opinião não surge identificada (ao contrário das páginas de Política Nacional, Internacional, Sociedade, Cultura ou Desporto) e, a par dos textos de natureza opinativa, encontramos textos de natureza informativa.

Podemos, sim, falar de uma página onde aparecem alguns textos produzidos por individualidades externas ao campo dos media. A participação desses *Opinion Makers* não é regular (oscilando entre uma a três vezes por mês), não se encontra fixada na semana e a média diária de artigos também não está padronizada.

Em 1983, começa-se a esboçar um Espaço Opinião (embora permanecendo sem título referencial), com a junção de todos os artigos de opinião numa mesma página. Em 1984, dá-se a estabilização do Espaço Opinião, com a standardização gráfica desta página e com a presença fixa em todas as edições de artigos de opinião (mas a participação continua sem regularidade) e um *Cartoon*. Nesta página, continuamos a encontrar textos de natureza informativa, como notícias ou entrevistas.

No vespertino *A Capital* a opinião assume relevância enquanto género jornalístico, mas não enquanto secção temática. Enquanto género jornalístico, está já numa fase de maturidade, obedecendo a uma standardização gráfica, periódica e também se encontra bem definido quem escreve essas colunas. Na forma de secção temática, enquanto Espaço Público simbólico, encontra-se ao longo de toda a década de 80, numa fase embrionária. O que se verifica é um conjunto de textos de opinião agrupados numa só página, mas não encontramos nem editoriais nem Cartas de Leitor. Ou seja, nem o jornal se assume enquanto agente activo no Espaço Público, nem se apresenta como um espaço de reflexão para os (seus) cidadãos-leitores.

3. O *Expresso*

No início de 1980, encontramos no semanário *Expresso* as duas tendências registadas na publicação anterior: a Opinião enquanto género jornalístico e enquanto secção temática.

Enquanto género jornalístico, a Opinião encontra-se espalhada por todo o jornal e de acordo com as diversas secções que compõem o jornal, acompanhando outras peças jornalísticas. Estes textos são escritos por jornalistas que são também os responsáveis dessas secções no jornal.

Enquanto secção temática, o Espaço Opinião é identificado pelo título referencial *Opinião* e ocupa duas páginas. As rubricas que o compõem são: Editorial, *Cartoon*, textos de opinião de convidados, textos de *Opinion Makers*, a revista de imprensa, as Cartas de Leitor e a Ficha Técnica do Jornal.

Este espaço conta com um número reduzido de colaboradores permanentes, vivendo maioritariamente de convidados (na qualidade de especialistas) que colaboram consoante os temas que fazem a actualidade.

Em 1982, surge a *Revista* que assume para si o registo de Opinião enquanto género jornalístico, uma vez que os textos são sempre da responsabilidade dos directores da revista: Vicente Jorge Silva e /ou Nuno Pacheco. Somente a partir de 1987 é que a Opinião se abre ao exterior, com a formação de uma carteira de colaboradores permanentes maioritariamente composta por Não-Jornalistas.

Na década de 80, o Espaço Opinião do *Expresso* apresenta-se como um espaço rotativo, virado para fora, aberto ao exterior e que pretende, prioritariamente, acompanhar os temas da actualidade em detrimento de um conjunto de colaboradores permanentes que sejam o lado visível do Espaço Público neste jornal.

4. O *Semanário*

Em Novembro de 1983, na primeira edição do *Semanário*, encontramos novamente os dois registos de Opinião já assinalados noutros periódicos. Por um lado, temos a opinião como um género jornalístico, espalhada pelo jornal de acordo com as suas secções temáticas; e por outro, registamos a existência de um Espaço Opinião, enquanto secção temática, nas duas primeiras e nas duas últimas páginas do jornal.

Sob a forma de secção temática, encontramos padronizado um conjunto de sub-géneros: Editorial, Ficha Técnica, Opinião e Citações. Salientamos o facto de no primeiro ano de existência do *Semanário* não existirem Cartas de Leitor. A opinião tinha chamada de 1.^a página e a participação era regular e fixa nos dias da semana.

No segundo ano de publicação houve alguns reajustes. Terminou a chamada de 1.^a página a destacar a carteira de colaboradores permanentes. A inovação surgiu com a introdução de Cartas de Leitor no Espaço Opinião, ampliando o

conceito de Espaço Opinião através do reconhecimento dos leitores enquanto entidades pertencentes ao “seu” Espaço Público simbólico.

5. *O Independente*⁶

Em Maio de 1988, na primeira edição do semanário *O Independente*, o Espaço Opinião surge como género jornalístico e como secção temática. Sob o título referencial Opinião, aparece após a secção Sociedade. Aqui encontramos um texto de opinião (muitas vezes de convidados), Cartas de Leitor, Editorial e Ficha Técnica.

O Editorial do Director do jornal surge antes do Espaço Opinião, entre a secção de Política Nacional e a secção de Política Internacional. Na página do director, encontramos ainda um conjunto de citações retiradas de outros órgãos de comunicação social.

O Espaço Público simbólico deste semanário reconhece como entidades legítimas de nele figurarem: especialistas, jornalistas, os cidadãos anónimos. A sobressair, encontramos o destaque dado à opinião do director que surge numa página inteira, logo após a secção dedicada à Política Nacional, denunciando uma estratégia e intencionalidade política do jornal pela mão do seu director.

Balanço dos anos 80

A primeira conclusão que podemos, desde logo, avançar é que apesar das vicissitudes de cada jornal, existem um conjunto de ilações que podemos retirar acerca do Espaço Opinião, para lá da realidade concreta de cada uma das publicações aqui analisadas.

Na década de 80 a Opinião desdobra-se em dois sentidos distintos. Por um lado, encontramos o que designámos por opinião enquanto género jornalístico e, por outro, o que definimos por opinião enquanto secção temática. A excepção vai para o *Diário de Notícias*.

A Opinião, na modalidade de género jornalístico, está perfeitamente estabilizada e enraizada nas rotinas produtivas dos diversos títulos da imprensa. Em todos os jornais com esta modalidade, encontramos características comuns: presença em todas as secções, em todas as edições e preenchida pelos responsáveis das ditas.

O mesmo já não podemos dizer quando em causa está a Opinião enquanto secção temática, que designamos também por Espaço Opinião. Esta secção existe em todos os jornais analisados, mas o seu grau de institucionalização é que não é idêntico em todos. Este espaço foi-se estabilizando com o correr dos anos e só nos finais dos anos 80 é que se estandardizou definitivamente.

Enquanto secção temática, ainda se encontra em formação. Por um lado, registamos a presença de muitos convidados, o que faz com que a participação de cada um deles seja extremamente irregular, descontínua e espaçada no tempo, tornando-se num espaço muito rotativo e com pouco potencial fidelizador; por outro, os colaboradores permanentes não escrevem com regularidade ou periodicidade fixa, o que também não contribui para a consolidação de uma identidade definida.

Podemos aferir o significado simbólico a dar por estes jornais ao Espaço Opinião através da análise do conjunto de sub-géneros ou rubricas constantes neste espaço. Exceptuando o vespertino *A Capital*, em todos os outros periódicos, a par das colunas de opinião dos colaboradores permanentes e dos convidados, encontramos um Editorial e Cartas de Leitor.

Em nosso entender, estes dois sub-géneros complementam-se. O Editorial representa o posicionamento do jornal no Espaço Público, enquanto agente que relata mas também se posiciona face aos acontecimentos. Por outro lado, a presença das Cartas de Leitor (ainda que obedeçam a um conjunto rígido de critérios para que sejam publicadas) representa o reconhecimento do leitor, não enquanto receptor passivo, mas enquanto agente, enquanto cidadão que exerce um dos seus direitos cívicos: a participação no Espaço Público.

Aos poucos e com o avançar da década de 80, os jornais vão cimentando uma nova identidade para si próprios, só possível numa democracia estabilizada. Como esta ainda é recente, compreende-se que o Espaço Opinião, seus objectivos e identidade também estejam em gestação, acompanhando as próprias dores de crescimento do regime democrático.

1990-1999: A consolidação de um Bem industrial

A década de 90 corresponde aos anos da maturidade do regime democrático, da estabilidade económica e da liberalização de alguns sectores estratégicos, como as telecomunicações.

Do ponto de vista político, assistimos à passagem das maiorias absolutas de Cavaco Silva e do PSD, para as maiorias relativas de António Guterres e do PS. Em 1995, António Guterres ganha as eleições legislativas com a ajuda do famoso publicitário brasileiro Edson Athayde, marcando também uma viragem no Marketing Político, com uma política feita prioritariamente para e com os media.

Estes são também os anos da plena promoção dos valores da cidadania, associados ao “direito de informar” e “direito de ser informado”, como direitos que visam o reforço do ideal democrático. Este é um tema recorrente no discurso político através da promoção da sociedade da informação.

Este discurso encontra, igualmente, eco nos media como sinónimo de direito de exercício da sua actividade, enquanto campo social de mediação e especializado no controlo da palavra pública. Um exemplo da valorização constante das opiniões de todos é o recurso crescente às Sondagens de Opinião, enquanto meio moderno de medir a Opinião Pública (Champagne, 1993).

Encontramos aqui patente a ideia de comunicação como valor cultural de base que estruturou a Modernidade e que ajudou a fundar o sistema democrático ocidental (Wolton, 1999). A radicalização deste discurso também se encontra patente na associação directa entre “sociedade da informação” e progresso social. O investimento nas novas tecnologias é defendido como uma definição de uma política orientada para o “futuro” e para o progresso. São cada vez mais utilizadas como sinónimo de país moderno e avançado⁷.

No que toca ao campo dos media, em particular, começam a operar os canais privados de televisão; assistimos a reestruturações na imprensa escrita; à consolidação de projectos comerciais, bem como à integração de vários media em alguns grupos multimedia portugueses, seguindo a tendência mundial para a concentração de propriedade.

Na primeira metade da década de 90, dá-se uma reestruturação profunda na paisagem audiovisual portuguesa. No plano da informação, a agenda televisiva tem, ainda, como complemento a agenda do semanário *O Independente*.

Este semanário, muito bem colocado ao nível das fontes e com um projecto político muito bem delineado, definido e executado, conduziu habilmente a sua capacidade de gerir as Agendas Política, Mediática e Pública. É inegável o seu papel preponderante na disseminação e projecção de uma imagem negativa do governo de Cavaco Silva e do “Cavaquistão”.

Com a saída do seu director, Paulo Portas, nunca mais voltou a ser o mesmo e a crise de identidade daí subsequente ficou patente nas nove equipas que passaram pela direcção, entre 1995 e 1999. Desde então, mais nenhum jornal ocupou um lugar equivalente no campo político-jornalístico português.

Com a introdução dos canais privados de televisão, a RTP perde o seu monopólio após quase 40 anos de emissões sem concorrência. Em 1992 emite, pela primeira vez, o canal de televisão SIC (do Grupo Balsemão) e, no ano seguinte, em 1993, estreia-se a TVI, cuja propriedade era da Igreja Católica Portuguesa⁸.

A introdução dos canais privados de televisão veio alterar por completo a oferta televisiva. As grelhas de programação começaram a ser pensadas com o objectivo de captar o grande público, em busca das melhores audiências. A “qualidade” dos produtos a emitir é aferida pelo nível de *share* e de audiências que atinge.

Os mais optimistas, que viam no aumento de canais uma diversificação da oferta televisiva, desiludiram-se face à sobreposição de estratégias por parte

da RTP e da SIC. Os dois canais, em luta pela liderança das audiências, apresentavam grelhas de programação idênticas, conduzindo à uniformização das suas propostas (Rebello, 1993). No horário nobre encontramos telenovelas, concursos e *reality shows*, introduzindo Portugal no mercado dos formatos *prête-a-porter*.

Em poucos anos de actividade, a SIC ultrapassou a RTP nas audiências, colocando um ponto final na hegemonia do canal público. Em escassos anos, os mais de 50% de audiências da RTP baixaram para pouco mais de 20%. Em Setembro do ano 2000, com a entrada da TVI na corrida a líder de audiências (após ter sido comprada pela Media Capital), verificou-se uma troca de posições, ascendendo a TVI ao segundo lugar e a RTP descendo para o terceiro.

O aparecimento dos operadores privados de televisão introduziu uma nova forma de fazer televisão e conceber os media em geral. A concorrência feroz entre os diversos canais, em busca das melhores audiências para alcançar os melhores investimentos publicitários, enfatizou a lógica do entretenimento e do espectáculo, mesmo nos programas noticiosos.

Todas esta mudança tiveram implicações reais muito para além do panorama audiovisual. A televisão tomou a dianteira do campo dos media e da sociedade portuguesa em geral, funcionando como a principal fonte de informação e, cada vez mais, como sinónimo de Espaço Público. Tudo converge para a televisão.

Na imprensa escrita, assistimos a algumas reestruturações: aparecimento de novos projectos e readequação de velhos projectos ao novo ambiente. Mas a nota mais importante a salientar é a consolidação ou inserção de alguns dos jornais de referência nos conglomerados nacionais.

De entre as principais novidades, destacamos o aparecimento de 3 títulos na imprensa: o *Público* (1990), o *24 Horas* (1998) e a revista *Focus* (1999).

Em relação às reestruturações, assistimos a uma redefinição de alguns projectos no sentido de se tornarem mais comerciais e apetecíveis, através da apropriação de alguns traços tradicionalmente associados à imprensa popular. De entre os vários casos, destacamos o *Diário de Notícias* e no campo dos semanários o *Expresso*.

Em 1992, o *Diário de Notícias* sofreu alterações profundas, desde o formato, passando pelo grafismo e pela linha editorial. As transformações caminharam no sentido dos novos projectos desenhados para “leitores-consumidores”. Se o jornalismo clássico concebia a informação como um bem social; o novo jornalismo não pode ignorar a dimensão comercial da informação, levando à consideração das notícias como “produto” para vender.

Em 1993, o semanário *Expresso* sofre uma reestruturação que o aproxima do formato *tabloide* e da imprensa popular, com o aumento da cor, fotografias e grandes títulos. Alguns cadernos, como a Revista, diminuíram de tamanho; outros foram agregados e surgiu um novo caderno VIVA, dedicado ao entretenimento e ao *fait-divers*.

Em relação aos proprietários dos media assistimos ao regime de integração da diversidade. Poucos proprietários com muitos media, cobrindo todos os segmentos de mercado. Este é o caso dos jornais que seleccionámos para ilustrar a nossa amostra referente aos anos 90.

O ano de 1992 ficou marcado pela reprivatização do *Diário de Notícias* e a integração no Grupo Lusomundo, que viria a adquirir também a rádio jornal TSF e o *Jornal de Notícias*. O *Público* pertence à SONEA, líder no sector da distribuição alimentar e das grandes indústrias do entretenimento (V.g. Centro Comercial Colombo). O *Expresso* é do Grupo Balsemão, dono da SIC, de um vasto conjunto de revistas como a *Visão*, *Caras* ou *Mundo Vip*. O *Independente* é da Media Capital, dona da TVI, da *Rádio Comercial*, da *Rádio Cidade* e da revista *Lux*.

A industrialização e crescente comercialização do campo dos media em Portugal proporcionou o aparecimento de alguns grupos multimedia que controlam a maioria dos principais media. A estratégia de todos passa pela “integração da diversidade”. Isto significa que têm como política de actuação dominar o mercado em todos os seus segmentos: imprensa de referência e imprensa popular; rádios de referência e rádios populares; canais de televisão e servidores na *Internet*.

Como todos têm possibilidades reais e vocação para dominar os vários segmentos de mercado, as estratégias desenvolvidas são extremamente agressivas e envolvem investimentos de muitos milhões de euros.

A sobrevivência dos títulos da imprensa por nós analisados, passa, necessariamente, por se integrarem em projectos comerciais dominantes, denunciando a quase total impossibilidade de se sobreviver à margem dos grandes conglomerados detentores do mercado e com grande disponibilidade financeira.

Os últimos anos da década de 90, conheceram um alargamento de investimentos dos grupos multimedia portugueses. Primeiro, foi o Grupo Balsemão a criar um *site* na *Internet*, depois a Lusomundo onde encontramos todos os seus produtos (cinema, videoclube, imprensa, rádio) e, finalmente, a Media Capital com a criação do *iol.pt*.

A criação destes servidores surge em consequência de uma estratégia anteriormente iniciada com a colocação dos principais títulos da imprensa na *Internet*. Esta política levou a que os jornais disponíveis em papel se alterassem graficamente numa economia de esforços e rentabilização da imagética tecnológica como apetecível ao consumo. As capas dos jornais *Diário de Notícias*, *Público*, *Expresso* ou *O Independente* começaram a ser feitas a pensar na sua viabilidade visual e utilização na *Internet*, onde a cor no papel representa *links*.

A popularização da *Internet* deu também origem à criação de jornais que só existem no seu formato virtual. Este é o caso do *Diário Digital*, dirigido por Luís Delgado, colunista do *Diário de Notícias*. Estes jornais apostam nas

vantagens e nas potencialidades que o Media *Internet* disponibilizam, actualizando as notícias ao longo do dia e possibilitando a resposta em tempo real dos *net-leitores*.

Na segunda metade dos anos 90 desenvolveu-se também a televisão por cabo, cuja propriedade se reparte entre os operadores detentores dos canais generalistas e empresas no ramo das telecomunicações.

1. O *Diário de Notícias*

Após a reestruturação do *Diário de Notícias* em 1992, em 1993 sentem-se as primeiras transformações no que diz respeito ao Espaço Opinião. De duas passa para três páginas, divididas por dois segmentos.

O primeiro segmento surge logo na página dois, correspondente à página de abertura. Nas *Impressões* encontramos: a Ficha Técnica do jornal; o *cartoon* de sátira política; a *Memória do Tempo*, espaço dedicado a pequenos textos jornalísticos publicados no DN no século XIX ou no início do séc. XX; e o Editorial escrito pela equipa editorialista do diário.

O segundo segmento, correspondendo às páginas cujo título referencial remetem para a Opinião, é ocupado pelos artigos dos *Opinion Makers* e pelas Cartas de Leitor. A reestruturação trouxe consigo a profissionalização dos colaboradores permanentes, patente numa colaboração fixa e periódica, deixando para trás a irregularidade que a caracterizava anteriormente.

De referir também que, em 1993, pela primeira vez, a Opinião é introduzida na última página com o texto diário de Vítor Cunha Rego.

Em 1997, encontramos novas alterações dignas de registo. As *Impressões* passam para duas páginas e adquirem um novo formato que denuncia, igualmente, uma nova aposta na Opinião. Nestas duas páginas temos um pouco de tudo: na página dois, um texto de Herman José e das Produções Fictícias, o Editorial (rotativo pelos membros da equipa editorial), o *Cartoon*; na página três, o Editorial (redacção), Inquéritos a “especialistas” num dos temas em Agenda, excertos de jornais estrangeiros, citações proferidas em jornais nacionais e as *Memórias* do DN.

As páginas de Opinião são ocupadas pelos artigos dos *Opinion Makers* (em média são publicados dois textos por edição) e as Cartas de Leitor. O Espaço Opinião passou para as páginas centrais do diário.

Em 1998, houve novas alterações no Espaço Opinião. Nas *Impressões* saiu Herman José e a sua equipa e, em seu lugar, surgiu uma rubrica intitulada Pingue Pongue. Esta nova rubrica tem o objectivo de dar a conhecer um ilustre desconhecido português que se destaque na sua área profissional ou por um qualquer *hobby* fora do comum. A coluna reservada ao editorial passou a ser diariamente ocupada pelo artigo de opinião de Luís Delgado.

As segundas alterações ocorreram nas páginas de Opinião, com as Cartas de Leitor a passarem do fim para a abertura da página esquerda. A meio da página encontramos a rubrica Exame, onde se pede a um desconhecido, normalmente quadros Superior do Estado ou do sector privado, que faça um balanço (o que gostou mais e o que gostou menos) da edição do DN do dia anterior.

A finalizar a página encontramos os Palpites, respostas dos cidadãos anónimos abordados na rua, acerca de uma qualquer questão que esteja na Agenda Pública (“É a favor da despenalização das drogas?”, “É a favor do voto ao emigrante?” ou “Deve a Oposição viabilizar o Orçamento de Estado para 2001?”). A página da direita é preenchida na íntegra com um texto de um *Opinion Maker*.

Em 1999, há a acrescentar a chamada de 1.ª página em alguns dias em que colaboram os *Opinion Makers* mais sonantes, leia-se mais mediáticos, como Mário Mesquita, Moita Flores ou Vasco Pulido Valente.

Ao longo da década de 90, o Espaço Opinião do *Diário de Notícias* reflectiu duas filosofias distintas. A primeira vigorou entre 1993 e 1997. A segunda foi introduzida em 1997 e continuou sem alterações até 1999 (último ano da nossa amostra temporal).

Entre 1993 e 1997, o Espaço Opinião desempenhou uma dupla função. Foi entendido como Espaço Público interno ao jornal (*Impressões*) e como Espaço Público virado para o exterior.

Durante estes quatro anos, as *Impressões* funcionaram como um espaço de publicitação do jornal. Aqui encontramos textos da direcção do jornal (Editorial e *Cartoon*) e a promoção do próprio jornal, através da publicação da Ficha Técnica e da Memória do Tempo, rubrica que tinha como intenção invocar a mais valia histórica deste jornal centenário, recentemente renovado.

O Espaço Público externo é preenchido, prioritariamente, por individualidades externas ao próprio jornal: os conhecidos (os *Opinion Makers*) e os anónimos (Cartas de Leitor). Aqui também encontramos textos de *Opinion Makers* – Jornalistas deste diário, mas que não pertencem à direcção.

A partir de 1997 é atribuída uma nova função ao Espaço Opinião. A secção *Impressões* amplia e diversifica o leque de rubricas presentes nestas páginas. A definição e homogeneidade, que o caracterizava até então, dá lugar à heterogeneidade de registos e à hibridez da secção.

As novidades dizem respeito, por um lado, à coluna diária de Herman José e das Produções Fictícias; e, por outro, à introdução de participação externa para este espaço, patente nos inquéritos a especialistas e na publicação de excertos de jornais estrangeiros e citações de personalidades públicas nacionais.

2. O *Público*

O jornal *Público* apareceu pela primeira vez nas bancas em Março de 1990, com o objectivo de assumir-se como diário de referência, concorrente do *Diário de Notícias*. Surgiu pela mão de um dos mais poderosos grupos económicos portugueses, a SONAE (de Belmiro de Azevedo), diversificando os sectores de actividade, através da expansão para o campo dos media.

Este novo projecto jornalístico colheu a sua identidade no diário de referência espanhol *El País*. Este jornal apareceu com plena consciência do que o mercado lhe iria exigir: uma forma agressiva de se expressar na paisagem mediática, associando ao “seu” cidadão-leitor o epíteto de consumidor.

Com uma identidade bem definida e estruturada, inspirada numa fórmula de sucesso firmada, o diário português nunca teve de ensaiar e experimentar fórmulas para o seu Espaço Opinião ou para o próprio jornal. Isto significa que as alterações registadas foram mais pontuais que de fundo (ao contrário do que se verificou em jornais que se tiveram que reestruturar e adaptar aos novos tempos).

Na primeira edição do diário *Público*, o Espaço Opinião desdobra-se pelas duas páginas centrais e apresenta-se com o título referencial “Espaço Público”. Nesta secção temos como rubricas fixas o *Cartoon* e as *Cartas de Leitor*, numa página, e as colunas de opinião, na outra página.

Neste diário, o Editorial não surge inserido na secção dedicadas à Opinião, mas inserido no destaque do dia que é o tema de abertura da edição. O número de *Opinion Makers* por edição oscila entre um ou dois, consoante o dia, uma vez que, desde a primeira edição, a sua participação é fixa e regular na semana.

Em 1997 e em 1998, encontramos algumas alterações no Espaço Opinião dignas de nota. No primeiro ano destacamos a mudança de localização desta secção no jornal e no segundo a aposta na visibilidade aos *Opinion Makers*.

Em 1997, o Espaço Opinião abandona as páginas centrais do diário para se localizar entre a secção Política Nacional e a secção Internacional.

Em 1998, há a registar a novidade de uma coluna de opinião na última página do jornal, assinada por Eduardo Prado Coelho. É igualmente importante assinalar as chamadas de 1.^a página a destacar os textos de opinião, principalmente de Miguel Sousa Tavares ou de Fernando Rosas.

3. O *Expresso*

Na primeira edição de Janeiro de 1990, o Espaço Opinião do semanário *Expresso* é composto por duas páginas que se repartem entre Editorial, colunas de opinião, colunas de convidados e Cartas de Leitor.

Neste mesmo ano de 1990, o semanário inaugura a primeira coluna de opinião na última página, mas com características de visibilidade e notoriedade diferentes

das que serão introduzidas mais tarde, pelo *Diário de Notícias* e pelo *Público*. No caso do *Expresso*, esta coluna é assinada somente pelas iniciais do autor (F.B⁹ e, mais recentemente, J.A.L¹⁰) e passa quase despercebida (notoriedade disfórica).

Na década de 90, as primeiras alterações registadas no Espaço Opinião surgem em consequência das transformações profundas por que passou o jornal, quer a nível editorial, quer a nível gráfico.

Em 1994, tal como já fizemos referência, com a intenção de se reajustar a um mercado com novos contornos, o jornal potenciou o seu lado mais comercial, introduzindo cadernos de mais fácil acesso cognitivo e apostando numa imagem mais ágil e atraente através do recurso à cor e à fotografia.

Este semanário acompanhou as tendências registadas na imprensa dita séria, com a apropriação de traços característicos da imprensa moderna (investimento na apresentação das notícias e estratégias agressivas de promoção do jornal como um “produto”), transformando-se num produto híbrido. O novo *Expresso* é um compromisso entre a informação enquanto um bem social e um produto rentável e a rentabilizar.

As rubricas que compõe o Espaço Opinião depois da reestruturação deste jornal não se alteraram. Continuamos a encontrar o Editorial, dois textos de colaboradores permanentes, dois textos de colaboradores convidados e as Cartas de Leitor.

Aparentemente, as alterações a registar dizem respeito ao aumento desta secção (de duas para três páginas): introdução de mais uma página dedicada à *Opinião*, aumento da carteira de *Opinion Makers* e regularização da sua participação.

As transformações reflectiram-se no Espaço Opinião de uma forma subtil. A partir de 1994 o Espaço Opinião define-se como um “lugar” de confronto: os textos dos *Opinion Makers* são espacialmente colocados “frente a frente”, reflectindo a sugestão do título das colunas “Vice e Verso”. As alterações que registamos são, acima de tudo, subtis porque os colaboradores permanentes que aparecem em cada edição são estrategicamente escolhidos.

Para compreender melhor esta ideia é preciso conhecer as duas duplas que ocupam este espaço. A primeira é composta por Pacheco Pereira e Eurico de Figueiredo; a segunda, por Manuel Alegre e Vasco Graça Moura.

Os dois primeiros têm a uni-los o perfil profissional (ambos são Académicos Políticos) e a separá-los o partido: o primeiro é do PSD e o segundo do PS, embora pertençam à ala crítica dos seus partidos. Os segundos também têm em comum o perfil profissional (ambos são Políticos Poetas) e a separá-los o partido: o primeiro é do PS e o segundo do PSD.

Registamos aqui a tendência para conceber este “lugar” como um espaço simbólico metonímico do poder político em Portugal, repartido equitativamente entre o PSD e o PS. Qualquer coisa entre a alternância e o Bloco Central.

Em 1995, assinalamos uma alteração estrutural ao Espaço Opinião deste jornal, com a introdução da Página 2 (página de abertura) assinada por Fernando Madrinha, jornalista do *Expresso*. Há a registar, mais a título de curiosidade, a aposta na publicação de textos de personalidades internacionais, como Koffi Anan, Butrus Gali ou Margaret Thatcher.

Em 1997, dá-se uma nova reestruturação no Espaço Opinião do jornal *Expresso*. Encontramos novamente os jornalistas com colunas espalhadas pelo jornal, consoante a secção que editam: Política, Sociedade, Economia.

A partir deste ano voltamos a encontrar a Opinião desdobrada pelas duas modalidades registadas na década de 80. Por um lado, surge-nos como género jornalístico e, por outro, sob a forma de uma secção temática, a par da Política Nacional, Política Internacional ou Sociedade, com a designação de Opinião.

A Opinião enquanto género jornalístico apresenta-se para usufruto interno ao jornal, uma vez que é preenchida por jornalistas com responsabilidades editoriais na publicação. Esta alteração é um sinal do reconhecimento da figura do jornalista enquanto produtor de opinião.

Como secção temática, o Espaço Opinião apresenta-se como uma simulação do Espaço Público no jornal. Aqui encontramos, exclusivamente, textos de individualidades externas ao jornal, quer como colaborador permanente, quer como colaborador convidado.

A partir de Novembro de 1998 há a registar a introdução da chamada de 1.ª página a promover as personalidades e os seus textos a encontrar no interior do jornal.

A partir de 1999 a par do espaço de confronto (Vasco Graça Moura vs Manuel Alegre), encontramos a Roda Livre. Ao lado dos colaboradores fixos semanais, institui-se os da participação quinzenal. E se a primeira reflecte a alternância na governação do país, a Segunda reflecte a representação no Parlamento português, a saber: Edite Estrela (“pelo” PS), Ferreira do Amaral (“pelo” PSD), João Amaral (“pelo” PCP) e Manuel Monteiro (“pelo” centro-direita). Todos estes colaboradores são Políticos profissionais.

Registamos claramente a aposta num Espaço Opinião Político com o objectivo de simular um espaço de discussão das questões públicas, com especial destaque para os temas da política nacional, tendo em conta o perfil dos *Opinion Makers* apresentados no parágrafo anterior.

4. O *Independente*

Na primeira edição de Janeiro de 1990 do semanário *O Independente*, encontramos um Espaço Opinião composto por colunas de opinião dos colaboradores permanentes e de convidados, Cartas de Leitor e Citações proferidas no Espaço Público mediático (Imprensa, Rádio ou Televisão).

Em 1991, dá-se uma nova reestruturação do jornal *O Independente*. Mantém-se a página do Director, logo após a secção de Política Nacional e espalhado no jornal encontramos mais dois textos de opinião dos colaboradores permanentes (Vasco Pulido Valente e Leonardo Ferraz de Carvalho).

O Espaço Opinião, propriamente dito, passou para duas páginas, aumentando o número de colunas de opinião de *Opinion Makers* (média de quatro artigos por edição) e o espaço atribuído às Cartas de Leitor.

Em 1997, o jornal mudou de formato, fazendo o percurso inverso à tendência geral: de *tabloide* passou a *broadsheet* (tamanho longo). O Espaço Opinião foi concentrado nas páginas centrais do jornal e houve um aumento de textos de opinião por edição. Neste ano foi também criada uma coluna de opinião na primeira página (Vasco Pulido Valente). No ano seguinte, em 1998, esta coluna desapareceu com a saída de Vasco Pulido Valente do jornal (a partir do ano seguinte passou a colaborar com o *Diário de Notícias* e com chamada de 1.^a Página).

Balanço dos anos 90

A década de 90 confirma a consolidação do Espaço Opinião enquanto secção temática. Aqui encontramos o esforço para que convirjam a este espaço todos os produtores de opinião: jornalistas, personalidades públicas e anónimos.

Como espaço onde se simula a livre expressão, encontramos a Opinião pela pena dos mais variados sujeitos: os directores (Editorial), os notáveis (colunas de opinião) e os anónimos (Inquéritos e Cartas de Leitor). O *Diário de Notícias* é o expoente máximo desta realidade, onde a presença dos notáveis e dos anónimos desdobra-se por variadas rubricas. Ainda neste diário, destacamos a rentabilização da opinião enquanto produto de consumo, como a introdução do seu Espaço Opinião dos textos de Herman José e das Produções Fictícias, inaugurando o que poderíamos designar por *Opiniontainment*.

Comparando os quatro jornais, tendo em conta que dois deles sofreram grandes reestruturas na década de 90, consideramos que essas mudanças podem ter influenciado e condicionado o comportamento dos jornais com os quais competem mais directamente.

O jornal *Público* alterou o panorama das suas colaborações na altura da reestruturação do jornal *Diário de Notícias*. O jornal *O Independente* sofreu, igualmente, oscilações no período de mudança do seu principal concorrente no mercado: o *Expresso*.

Não pretendemos com estas ilações fazer uma interpretação simplista dos dados. Certamente que outros factores, internos e externos aos jornais, contribuíram para as mudanças verificadas (nomeadamente a modernização do produto para mais facilmente o rentabilizar no mercado).

Este é um espaço que é ocupado na sua maioria por individualidades externas ao campo dos media. Todavia, os anos 90 evidenciaram o crescente investimento no recrutamento de Jornalistas para este espaço.

Os *Opinion Makers* Jornalistas aumentaram o seu peso no conjunto dos colaboradores permanentes. Referimos no início que a opinião nos jornais estava tradicionalmente associada a um percurso interno e lento dos jornalistas de tarimba. Na década de 90, registamos, no entanto, uma alteração do perfil do Jornalista colunista. Vejamos primeiro alguns exemplos.

Pedro Rolo Duarte pertence à nova geração de jornalistas com formação superior específica que, após um percurso relativamente curto dentro do campo dos media (iniciado na *RTP*, passando também pela Rádio), chegou às colunas de opinião no *Diário de Notícias*, em 1993, acumulando com a revista *Visão*, desde 1995. Isaias Gomes Teixeira, actualmente administrador da TVI, começou no jornalismo nos finais dos anos 80 na *Rádio Renascença*, passou também pela revista *Sábado* e pelo jornal *Expresso*, antes de se mudar para o jornal *O Independente*, com coluna semanal desde 1995. Domingos Amaral, igualmente jornalista do *O Independente* desde os seus tempos de origem, tem coluna fixa desde 1994 e no *Diário de Notícias*, durante o ano de 1997.

Conclusões

A década de 80 obriga a uma reestruturação dos jornais e o Espaço Opinião acompanhou essa reestruturação de perto. No seu início, esta secção estava pouco amadurecida e possuía características extremamente irregulares. Inicialmente, nas páginas dedicadas à opinião (páginas cujo título referencial era *Opinião*) encontrávamos textos de natureza informativa, como notícias ou artigos.

Nunca se sabia quando determinado *Opinion Maker* escrevia no jornal, demonstrando, claramente, que no início da década de 80, os colaboradores permanentes não eram estrategicamente utilizados para fidelizar e garantir o consumo dos jornais num determinado dia da semana. Ainda estamos longe da rentabilização comercial da Opinião.

Ao longo dos anos 80, o Espaço Opinião enquanto secção temática vai institucionalizando-se mas, uma vez tipificado, mantém-se constante durante os anos 90. Comparando as duas décadas, verificamos que, do ponto de vista do conteúdo, não encontramos diferenças de substância.

Nas duas décadas, encontramos o Espaço Opinião sob a forma das duas modalidades registadas. Sob a forma de género jornalístico, as colunas de opinião são escritas pelos responsáveis de cada uma das secções temáticas presentes nos vários jornais. Sob a forma de secção temática as rubricas ou sub-géneros de Opinião sistematizados, também, são os mesmos: Editorial,

Colunas de Opinião, Cartas de Leitor, Citações de outros media. A presença das mesmas rubricas remete para outra questão muito importante relacionada com as individualidades que estes jornais reconhecem como sujeitos públicos de pleno direito para estarem representados no Espaço Público simbólico da imprensa que é o Espaço Opinião.

O Espaço Opinião simula a diversidade e o pluralismo através da presença de múltiplas perspectivas tendo em conta os produtores dos textos: a equipa editorial do jornal, individualidades do Espaço Público, Cidadãos anónimos, citações de outros jornais (encarados como sujeitos públicos).

Assim, nas duas décadas encontramos em debate: os jornalistas, os especialistas ou figuras proeminentes da vida pública nacional, os cidadãos anónimos e os media em geral (representados simbolicamente pelas citações retiradas de alguns meios de comunicação).

A registar temos o “desdobrar” de determinadas rubricas, como a presença dos anónimos, nomeadamente, no *Diário de Notícias*, onde os encontramos nas Cartas de Leitor e a responder aos Inquéritos integrados na secção dedicada à Opinião.

Resumindo, encontramos alterações no que diz respeito à quantidade de cada um dos registos, mas não encontramos alterações qualitativas no Espaço Opinião. Entre uma década e outra as diferenças situam-se, não ao nível do conteúdo ou substância, mas ao nível da forma.

O Espaço aumentou com o acréscimo de páginas dedicadas a esta secção, denunciando o reconhecimento feito pelas várias publicações em análise, da valorização da Opinião na imprensa.

O investimento na visibilidade do Espaço Opinião é uma novidade trazida com a década de 90 e patente nas promoções feitas em *outdoors*, anúncios de televisão ou nas auto-promoções feitas aos seus *Opinion Makers* de referência. Esta inovação manifesta-se, igualmente, do ponto de vista gráfico na capa e contracapa dos vários jornais.

Na capa dos jornais analisados, encontramos em destaque chamadas aos textos dos colaboradores e respectivas páginas onde poderão ser lidas as suas crónicas. Na última página, o investimento e reconhecimento do valor da Opinião manifesta-se através da presença de colunas de opinião. Não nos podemos esquecer que as primeiras páginas (a primeira e a última) funcionam como “montra” do próprio jornal e seguem as leis da captação e sedução do público para os instigar ao seu consumo.

Notas

¹ Este texto foi construído a partir de uma pesquisa empírica mais ampla que esteve na base da realização de uma dissertação de Mestrado intitulada “Os Opinion Makers na imprensa de referência portuguesa: 1980-1999”, defendida no ISCTE.

² A divisão das matérias jornalísticas em textos “noticiosos” ou de “opinião” corresponde a uma forma tradicional de classificar as matérias jornalísticas. Esta é uma divisão mais formal do que real, consentânea com os manuais de Jornalismo que promoveram uma separação entre “facto” e “opinião”, entre o campo da objectividade e o campo da subjectividade. Esta perspectiva “senso-comunizou-se”, tornando-se na divisão reconhecida entre os não – iniciados, ou seja, os leitores. Não ignoramos, certamente, a matriz cultural da narrativa jornalística, à luz da qual os factos e as personalidades são trabalhadas, seguindo de perto as linhas das narrativas de ficção. C.f. TRAQUINA, N. (1993), *Questões, Teorias e Estórias*, Lisboa: Vega Editora.

³ A realização de Inquéritos de rua e a sua publicação na imprensa datam dos finais dos anos 60 e inícios dos anos 70. Mas no que diz respeito ao nosso trabalho, a inserção desta modalidade de aferir a opinião dos cidadãos anónimos, enquanto “género de opinião”, é que corresponde a uma tendência recente, vulgarizada, principalmente, a partir dos anos 90.

⁴ Mário Soares foi Primeiro Ministro e Presidente da República e, em 1999, foi eleito Deputado ao Parlamento Europeu pelo PS. Nesse mesmo ano, entrando na “reforma” da política activa em Portugal (já não há mais cargos para os quais possa ser eleito), iniciou a sua carreira de *Opinion Makers*, primeiro com uma crónica no *Expresso*, depois na mais recente *newsmagazine* portuguesa, a *Focus* e na *RDP/Antena 1*.

⁵ Tomamos como ponto de referência o modelo encontrado na primeira edição por nós analisada. Os registos subsequentes são por nós considerados como alterações ao modelo inicial. V.g. descrevemos o “Espaço Opinião” do *Diário de Notícias* correspondente ao dia 1 de janeiro de 1980, os registos seguintes são feitos por referência a essa primeira data.

⁶ O semanário *O Independente* reflecte já o “espírito” do *novo ordenamento* do Campo dos media em Portugal. Todavia, por uma questão de rigor metodológico considerámos que deveríamos analisar os dois primeiros anos de vida do jornal ainda dentro do contexto dos anos 80. Sublinhamos, no entanto, que *O Independente* é verdadeiramente representativo de uma nova forma de conceber a imprensa, que reflecte a nova lógica do Campo dos media da década de 90.

⁷ Encontramos aqui expressas as conclusões alcançadas por P. Breton na sua obra *A Utopia da Comunicação*. Segundo este autor, o excesso de expectativas atribuídas ao conceito de comunicação, entendido como sinónimo de “Progresso”, “Transparência” e “Democracia”, conduzem, em última instância, ao seu esvaziamento e abuso demagógico por parte dos governantes que não ignoram ser este um dos conceitos – chave das sociedades contemporâneas. BRETON, P. (1994), *A Utopia da Comunicação*, Lisboa: Instituto Piaget.

⁸ Actualmente o accionista português principal é a Media Capital.

⁹ Francisco Belard.

¹⁰ José António Lima.

Bibliografia

- Braga da Cruz, M. (1995), Instituições do Sistema Político português. In *Instituições Políticas e Processos Sociais*, Venda Nova: Bertrand Editora.
- Champagne, P. (1993), *Faire l'Opinion*, Paris: Editions du Seuil.
- Charaudeau, P., & Ghiglione, R. (1997), *A Palavra Confiscada. Um Género Televisivo: o Talk Show*, Lisboa: Edições Piaget, 2000.
- Correia, F. (1997), *Os Jornalistas e as Notícias*, Lisboa: Caminho.
- Paquete de Oliveira, J., (1992), A Integração europeia e os meios de comunicação social. In *Análise Social* 118-119: 995-1024.
- Rebello, J. (1993), No primeiro aniversário da televisão privada em Portugal. In *Análise Social* 122: 653-677.
- Viegas, J. (1998), Elites e Cultura Política. In Viegas, J., e Costa, A. (Org). *Portugal: que modernidade?* Oeiras: Celta Editora.
- Wolton, D. (1999), *Pensar a Comunicação*, Lisboa: Difel.

Qualidade percebida de quatro jornais on-line brasileiros

Jorge Pedro Sousa

Universidade Fernando Pessoa, Porto

Resumo:

Este trabalho propõe e usa uma ferramenta de análise do jornalismo e dos sistemas hipermédia na World Wide Web para avaliar a qualidade percebida de quatro jornais brasileiros on-line. Os jornais foram avaliados separadamente por um grupo de estudantes portugueses e por um grupo de estudantes brasileiros. O autor verificou que para um número considerável de variáveis não houve diferenças estatisticamente significativas na avaliação da qualidade percebida dos jornais por portugueses e brasileiros.

Palavras-chave:

Jornalismo on-line; Qualidade percebida; Avaliação da qualidade.

Introdução

Nunca como hoje foi tão fácil a alguém de qualquer parte do mundo consultar um jornal do outro lado do planeta. O jornalismo on-line abriu novas perspectivas ao jornalismo, mas também criou novos problemas. Em consequência, novos campos de pesquisa se abriram às Ciências da Informação. Dentro destes campos, a par de temas como o processo de fabrico de conteúdos on-line e a reconversão das práticas profissionais (por exemplo: Bastos, 2000), as fontes e o uso da Internet para a investigação jornalística (por exemplo: Callahan, 1999; Garrison, 1998; DeFleur, 1997) ou a credibilidade da informação on-line e a

problematização do tradicional papel de *gatekeeper* do jornalista (por exemplo: Sousa e Pinto, 1999), entre outros, encontramos, inegavelmente, a questão da qualidade dos jornais on-line (por exemplo: Meirinhos, 2000). Essa temática pode ser segmentada em duas grandes interrogações orientadoras da investigação:

- Qual é a qualidade intrínseca dos jornais on-line?
- Qual é a qualidade percebida dos jornais on-line? (E, em acréscimo, de que forma as percepções conhecidas da qualidade de um jornal on-line afectam a produção de conteúdos para esse jornal?)

Dentro das linhas de pesquisa determinadas por essas duas questões, várias outras perguntas de investigação podem ser colocadas, por exemplo:

- Se os jornais on-line são, geralmente, produzidos localmente mas consumidos globalmente, haverá diferenças na percepção da qualidade desses jornais por parte de usuários com substratos culturais diferentes?
- Será que o facto de a experiência da Internet ser semelhante para todos os usuários de qualquer ponto do mundo promove percepções semelhantes da qualidade dos jornais on-line?

Este trabalho explora a questão da qualidade percebida das edições on-line dos jornais de referência, tendo os seguintes objectivos principais:

1) Testar a validade do instrumento de avaliação da qualidade percebida de jornais on-line aqui proposto;

2) Avaliar a qualidade percebida de quatro jornais brasileiros on-line (*O Estado de São Paulo*, *A Folha de São Paulo*, *o Jornal do Brasil* e *O Globo*), usando o instrumento de avaliação aqui proposto.

Os jornais avaliados foram seleccionados por serem considerados os jornais de informação geral de referência no Brasil (Marques de Melo e Queiroz, 1998) e por terem edições em papel e on-line. A avaliação foi feita por dois grupos de estudantes info-alfabetizados de Ciências da Comunicação que partilham a mesma língua. Um dos grupos era constituído por estudantes portugueses e o outro por estudantes brasileiros. A constituição de dois grupos de avaliadores visou comparar os resultados da avaliação feita por estudantes brasileiros que estudam em Portugal com os resultados da avaliação feita por estudantes portugueses igualmente residentes em Portugal. De acordo com as perguntas de investigação atrás sistematizadas, essa opção teve como finalidade avaliar se antecedentes culturais diferentes, nomeadamente no campo mediático, poderiam suscitar avaliações diferentes dos jornais on-line brasileiros.

Neste trabalho, procuraram-se testar as seguintes hipóteses:

H1: Se os jornais on-line não aproveitam todas as potencialidades da Internet, então, provavelmente, a qualidade percebida desses jornais por usuários frequentes da Internet será reduzida;

- H2: Quanto menos os jornais on-line aproveitarem as potencialidades da Internet, menos valorizados serão (e, por consequência, menos vontade haverá, por parte dos usuários, em lhes acederem novamente);
- H3: Se os estudantes portugueses e brasileiros têm substratos culturais diferenciados, nomeadamente no campo mediático, então é provável que seja diferente a avaliação que fazem da qualidade dos jornais on-line.

Tendo em consideração as hipóteses anteriores, foram formuladas, para efeitos de análise estatística, as seguintes hipóteses de nulidade:

- H01: Portugueses e brasileiros não diferem na avaliação dos jornais;
- H02: Todos os jornais são avaliados de forma idêntica;
- H03: As diferenças na apreciação da qualidade de cada jornal não dependem da nacionalidade dos avaliadores (efeito sinérgico entre nacionalidade e jornais).

O grupo de estudantes portugueses que avaliou a qualidade dos jornais on-line brasileiros foi constituído por vinte pessoas e foi formado com base numa amostra de conveniência e arbitrária de estudantes de Ciências da Comunicação da Universidade Fernando Pessoa (Porto – Portugal). O grupo de estudantes brasileiro foi formado juntando vinte estudantes de todo o Brasil residindo em Portugal. Os estudantes foram seleccionados tendo ainda em consideração os seguintes factores:

- Voluntariarem-se para a realização do estudo;
- Serem usuários experimentados da Internet;
- Acederem a jornais on-line de qualquer parte do mundo três ou mais vezes por semana e consumirem os seus conteúdos;
- Serem alunos finalistas ou pré-finalistas de Ciências da Comunicação, tendo frequentado disciplinas onde se abordou o Jornalismo On-Line, ou cursarem pós-graduação na área da Comunicação (unicamente no caso do grupo brasileiro, onde quatro dos estudantes cursavam pós-graduação).

Procurou-se que os grupos fossem relativamente homogéneos no que respeita à composição segundo o sexo e a idade. Deste modo, o grupo de estudantes portugueses foi constituído por treze homens e sete mulheres, com idades compreendidas entre os 21 e os 26 anos. O grupo brasileiro foi constituído por oito mulheres e doze homens, todos, excepto quatro, com idades compreendidas entre os 23 e os 28 anos (os quatro estudantes brasileiros restantes eram mais velhos, situando-se entre os 29 e os 38 anos). Num factor, porém, foi impossível homogeneizar os grupos: apenas dois (10%) dos estudantes portugueses trabalhavam regularmente além de estudarem; pelo contrário, 17 estudantes

brasileiros (85%) eram trabalhadores-estudantes. Os brasileiros seleccionados eram provenientes de todo o Brasil. Os estudantes portugueses eram maioritariamente do Porto (50%).

Dos 40 indivíduos que constituíram a amostra, 24 foram inquiridos directamente, após sessões de navegação de quinze minutos em cada uma das edições on-line dos jornais seleccionados, no dia 25 de Setembro de 2000. Aos dezasseis restantes (todos brasileiros) foi-lhes submetido o inquérito por e-mail, tendo-lhes sido pedido que respondessem às questões e reenviassem o questionário ao autor, igualmente depois de navegarem quinze minutos em cada um dos jornais on-line seleccionados, na mesma data. Todos os elementos dos dois grupos foram previamente esclarecidos sobre as finalidades da pesquisa e sobre cada um dos factores a avaliar. Os jornais estudados encontravam-se alojados, à data da consulta, nos seguintes URL:

- *O Estado de São Paulo*: www.estadao.com.br
- *Folha de São Paulo*: www.folha.com.br / www.uol.com.br/fohla/
- *Jornal do Brasil*: www.jornaldobrasil.com.br
- *O Globo*: www.oglobo.com.br

Para concretização da pesquisa, elaborou-se um inquérito específico, parcialmente baseado numa ferramenta de avaliação da qualidade percebida dos sistemas hipermédia apresentada por Meirinhos (2000). Sistematizou-se o inquérito em três categorias, com base na ideia de que o jornalismo on-line na Internet está particularmente relacionado com conteúdos, design e navegação:

- 1) Conteúdo (qualidade dos conteúdos e sua adaptação à Internet);
- 2) Ergonomia (adaptação do sistema ao usuário);
- 3) Interactividade/implicação do usuário (possibilidade de interacção do usuário com o jornal, os jornalistas e o meio).

Para avaliação de cada categoria, determinou-se um conjunto de factores (variáveis) cuja valorização fosse quantificável, com base na proposta de Meirinhos (2000). Cada indivíduo integrante da amostra devia valorizar entre um e dez pontos (usando apenas números inteiros) a qualidade que o jornal on-line evidenciava em relação a cada factor.

1. Avaliação do conteúdo

- 1.1. Actualidade da informação (tendo em consideração que nos jornais on-line o conceito de actual converge para o de agora)
- 1.2. Interesse da informação
- 1.3. Qualidade geral da informação (profundidade, pluralidade de fontes, pertinência das análises, etc.)

- 1.4. Informação de background (informação complementar vinculada ao documento que se consulta, podendo aparecer em janelas, ser acedida através de hiperligações, etc.)
 - 1.5. Redacção adaptada à Internet (incluindo hiperligações nos textos e imagens)
 - 1.6. Expressividade das fotografias
 - 1.7. Expressividade dos infográficos
 - 1.8. Expressividade de elementos audiovisuais (imagem em movimento)
 - 1.9. Expressividade de elementos sonoros
 - 1.10. Base de dados (textos) (se existir)
 - 1.11. Base de imagens (fotografias) (se existir)
 - 1.12. Base de sons (se existir)
 - 1.13. Base de audiovisuais (se existir)
2. Ergonomia do sistema hipermédia
- 2.1. Organização interna do site
 - 2.2. Facilidade de navegação no site
 - 2.3. Intuitividade do funcionamento do site
 - 2.4. Uniformidade (uso limitado de fontes tipográficas, estilo constante das imagens, estilo visual uniforme, disposição fixa dos botões de navegação, etc.)
3. Interactividade e implicação do usuário
- 3.1. Funcionalidade em geral e simplicidade (estilo funcional invariável, economia do tempo do usuário através do recurso às imagens, palavras e sons estritamente necessários, correcta disposição e agrupamento dos elementos no ecrã, de forma a facilitar a apreensão dos conteúdos, etc.)
 - 3.2. Funcionalidade das ligações dinâmicas intra-site
 - 3.3. Hiperligações para sítios e páginas de interesse
 - 3.4. Possibilidades de feedback por parte do usuário
 - 3.5. Participação em chats e inquéritos on-line
 - 3.6. Disponibilização de edições anteriores
 - 3.7. Motor de busca

Justificando o desenho das categorias para aferição da qualidade percebida dos jornais on-line, no que respeita à avaliação dos conteúdos considerou-se que, no campo do jornalismo on-line, para um jornal ter qualidade deve actualizar constantemente o noticiário, deve fornecer informação de background (acessível através de hiperligações, por exemplo) e deve estar concebido para a

Internet [ou seja, deve ter textos redigidos com concisão, clareza e precisão; deve ter bases de dados, imagens e sons e permitir o acesso do usuário a esses arquivos; deve aproveitar as potencialidades do meio, como a inclusão de sons e imagens, a introdução de hiperligações (inclusive nos textos), a possibilidade de dar feedback, etc.). Além disso, um jornal on-line deve apresentar informação com suficiente interesse e qualidade para cativar os usuários e deve ter os conteúdos submetidos à lógica da navegação multimídia. Dito de outro lado, um jornal on-line deve proporcionar uma progressão do usuário na informação não segundo a lógica linear e sequencial, característica dos enunciados escritos e das narrativas sonoras e audiovisuais, mas sim segundo a lógica que, em conformidade com Bastos (2000: 24), poderíamos designar de lógica associativa não sequencial.

Foi em 1984 que surgiu o primeiro sistema operativo iconizado. Baseado no conceito de janela e de ícones, autênticas metáforas visuais, o interface gráfico da Apple Macintosh, homogêneo e bastante mais inteligível do que, por exemplo, o MS-DOS, permitiu a milhares de pessoas compreender as aplicações informáticas (Meirinhos, 2000). Foi esse interface que forneceu as pistas para o aparecimento do Mosaic, o primeiro browser, e para a popularização da Internet, entre 1989 e 1994 (Fidler: 1998: 165).

Assim, se bem que historicamente os conteúdos tenham sido, normalmente, apresentados de forma linear ou sequencial e, por vezes, fixa no tempo (como acontece com os telejornais) (Fidler, 1998: 78), na Internet esta situação muda. É o usuário que controla os tempos, os ritmos e a sequência de apropriação da informação. No hiperespaço, o usuário navega controlando o tempo, clicando em ícones que representam abstractamente a informação contida num determinado ficheiro, que pode ser som, texto, imagem, etc. O multimídia (confluência dos media num novo meio) e o hipertexto (sistema de vinculação de ficheiros relacionados) deram origem ao hipermídia. Chegámos ao que Sherry Turkley (1997: 28) denomina de cultura de simulação.

“T tecnicamente, o hipertexto é um conjunto de nós conectados pelas ligações, nós esses que podem ser palavras, imagens, gráficos, sequências sonoras ou documentos que podem ser eles próprios hipertexto; funcionalmente, um hipertexto é um software destinado à organização de conhecimentos ou de dados, à aquisição de informações e à comunicação. Navegar num hipertexto é, portanto, desenhar um percurso numa rede (...).”
(Bastos, 2000: 25)

No que diz respeito à ergonomia de um sistema hipermídia, pode dizer-se que ela reside num conjunto de variáveis que podem otimizar ou dificultar a recepção das mensagens. Os sistemas hipermídia devem ser pensados como

uma sucessão de estímulos icónicos, textuais e sonoros orientados para o usuário. Neste vector de análise, subscreve-se Meirinhos (2000), para quem a qualidade do design de um sistema hipermédia se funda na organização visual, na facilidade de navegação, na intuitividade de funcionamento e na uniformidade visual. Meirinhos (2000) afirma, deste modo, que “(...) a organização visual joga um papel importante no acesso aos conteúdos. A facilidade de navegação desenvolve a sensação de fluir (sensação holística de felicidade) pelos conteúdos e a uniformidade visual dinamiza os comportamentos orientados e regulares no seio do sistema hipermédia.” Mas, indo mais além, a ergonomia do sistema hipermédia também se prende, tecendo implicações de axiomas propostos por Meirinhos (2000), com a capacidade de transmissão sincronizada de uma mensagem num meio multimédia e com o grau de economia do tempo do usuário, que se consegue, por exemplo, com a economia de palavras, imagens e sons.

Na Internet está-se num (ciber)espaço de interactividade, num (ciber)espaço de liberdade, num modelo de comunicação que em potência é de muitos para muitos. Portanto, quando se avalia a qualidade de jornais on-line tem também de se avaliar a interactividade e a implicação do usuário com o sistema hipermédia. Segundo Meirinhos (2000), esta categoria tem um papel decisivo na satisfação global do usuário, pois “Nos ambientes de intensa informação é através da interacção pessoal e da interacção com o meio que podemos criar a percepção de valor acrescentado”. No caso dos jornais on-line, a interactividade deverá passar pelas possibilidades existentes de navegação e pelas possibilidades (que devem ser constantes) de interacção enquanto se navega. Neste último caso, a possibilidade de interacção passa, por exemplo, pela possibilidade de emissão constante de feedback, à medida que se navega, para os jornalistas, para as fontes representadas nas notícias (por exemplo, através de e-mail), para outros usuários (por exemplo, num *chat-room*), etc.

Os resultados obtidos foram estatisticamente descritos e tratados, de forma a poderem ser sujeitos a interpretação. Em primeiro lugar, após serem feitas as somas das pontuações, foram calculadas as médias correspondentes, por variável. Seguidamente foi testada a homogeneidade das variâncias para cada variável. Posteriormente, avaliou-se a significância estatística dos dados obtidos, tendo em consideração as hipóteses nulas fixadas *a priori* e as variáveis.

Resultados e discussão

Os resultados gerais do inquérito foram sistematizados nas tabelas a seguir inseridas.

Tabela 1: Homogeneidade das variâncias

Variável	p	Variável	p
Actualidade da informação	9.44E-05	Facilidade de navegação no site	0.342618
Interesse da informação	5.38E-07	Intuitividade do funcionamento do site	0.894545
Qualidade geral da informação	0.003735	Uniformidade	0.161209
Informação de background	0.16358	Funcionalidade em geral e simplicidade	0.101988
Redacção adaptada à Internet	0.387648	Funcionalidade das ligações dinâmicas intra-site	0.113704
Expressividade das fotografias	0.612723	Hiperligações para sítios e páginas de interesse	0.327663
Expressividade dos infográficos	0.00348	Possibilidade de feedback por parte do usuário	0.864642
Base de dados (texto)	0.208626	Participação em <i>chats</i> e inquéritos on-line	0.190806
Base de imagens (fotografia)*	0.768416	Disponibilização de edições anteriores	0.533306
Organização interna do site	0.83757	Motor de busca	0.01114

Nota: apenas se incluem na tabela os factores que foram classificados pelos avaliadores.

*Apenas *Folha de São Paulo*.

O teste à homogeneidade das variâncias mostra que existe homogeneidade em todos os casos ($p > 0,05$), à excepção dos seguintes: a) actualidade da informação; b) interesse da informação; c) qualidade geral da informação; d) expressividade dos infográficos; e e) motor de busca. Logo, os resultados relacionados com a avaliação destas últimas variáveis não são estatisticamente confiáveis, devendo ser encarados com reserva.

Para um nível de significância de $\alpha = 0,05$, as hipóteses nulas são aceites em todos os casos em que p (poder da prova) $> 0,05$, enquanto a hipótese que se pretende comprovar só poderá ser aceite se $p \leq 0,05$.

Assim sendo, é possível verificar que a nacionalidade não gera diferenças estatisticamente significativas na apreciação de treze variáveis. Apenas em sete variáveis essa diferença é estatisticamente significativa: a) informação de background; b) redacção adaptada à Internet; c) base de dados (texto); d) funcionalidade das ligações dinâmicas intra-site; e) hiperligações para sites e páginas de interesse; f) participação em chats e inquéritos on-line; e g) disponibilização das edições anteriores.

É também possível verificar pela tabela que, para a maioria das variáveis, os jornais são avaliados de forma diferente, isto é, existe entre eles pelo menos um que, face à variável em causa, se distingue dos outros, pela positiva ou pela negativa, conforme os resultados das tabelas seguintes também demonstram (*A Folha de São Paulo* será um bom exemplo). São as seguintes as variáveis para

Tabela 2: Significância estatística

Actualidade da informação	Nacionalidade	p>0,05	Facilidade de navegação no site	Nacionalidade	p>0,05
	Jornal	p>0,05		Jornal	p<0,05
	Nac. X Jornal	p>0,05		Nac. X Jornal	p<0,05
Interesse da informação	Nacionalidade	p>0,05	Intuitividade do funcionamento do site	Nacionalidade	p>0,05
	Jornal	p<0,05		Jornal	p<0,05
	Nac. X Jornal	p<0,05		Nac. X Jornal	p>0,05
Qualidade geral da informação	Nacionalidade	p>0,05	Uniformidade	Nacionalidade	p>0,05
	Jornal	p<0,05		Jornal	p<0,05
	Nac. X Jornal	p>0,05		Nac. X Jornal	p>0,05
Informação de background	Nacionalidade	p<0,05	Funcionalidade em geral e simplicidade	Nacionalidade	p>0,05
	Jornal	p<0,05		Jornal	p>0,05
	Nac. X Jornal	p>0,05		Nac. X Jornal	p>0,05
Redacção adaptada à Internet	Nacionalidade	p<0,05	Funcionalidade das ligações dinâmicas no site	Nacionalidade	p<0,05
	Jornal	p>0,05		Jornal	p>0,05
	Nac. X Jornal	p>0,05		Nac. X Jornal	p<0,05
Expressividade das fotografias	Nacionalidade	p>0,05	Hiperligações para sites de interesse	Nacionalidade	p<0,05
	Jornal	p<0,05		Jornal	p<0,05
	Nac. X Jornal	p>0,05		Nac. X Jornal	p<0,05
Expressividade dos infográficos	Nacionalidade	p>0,05	Possibilidade de feedback por parte do usuário	Nacionalidade	p>0,05
	Jornal	p>0,05		Jornal	p>0,05
	Nac. X Jornal	p>0,05		Nac. X Jornal	p>0,05
Base de dados (texto)	Nacionalidade	p<0,05	Participação em chats e inquéritos on-line	Nacionalidade	p<0,05
	Jornal	p<0,05		Jornal	p<0,05
	Nac. X Jornal	p<0,05		Nac. X Jornal	p<0,05
Base de imagens (fotografias)	Nacionalidade	p>0,05	Disponibilização de edições anteriores	Nacionalidade	p<0,05
	Jornal	-		Jornal	p<0,05
	Nac. X Jornal	-		Nac. X Jornal	p<0,05
Organização interna do site	Nacionalidade	p>0,05	Motor de busca	Nacionalidade	p>0,05
	Jornal	p<0,05		Jornal	p>0,05
	Nac. X Jornal	p>0,05		Nac. X Jornal	p>0,05

Nota: para facilidade de leitura optou-se por não incluir na tabela os valores de p.

as quais se pode considerar que as diferenças entre os jornais não são estatisticamente significativas: a) actualidade da informação; b) redacção adaptada à Internet; c) expressividade dos infográficos; d) funcionalidade em geral e simplicidade; e) funcionalidade das ligações dinâmicas intra-site; f) possibilidade de feedback por parte do usuário; e g) motor de busca.

O efeito sinérgico ou de interacção entre a nacionalidade e os jornais é estatisticamente significativo para as seguintes variáveis: a) interesse da informação; b) base de dados (texto); c) facilidade de navegação no site; d) funcionalidade das ligações dinâmicas intra-site; e) hiperligações para sites e páginas de interesse; f) participação em chats e inquéritos on-line; e g) disponibilização de edições anteriores.

Tabela 3: Avaliação dos conteúdos (grupo português)

FACTOR	O Estado de São Paulo		A Folha de São Paulo		Jornal do Brasil		O Globo	
	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa
Actualidade da informação	177	8,85	177	8,85	176	8,8	177	8,85
Interesse da informação	142	7,1	148	7,4	135	6,75	139	6,95
Qualidade geral da informação	143	7,15	164	8,2	126	6,3	129	6,45
Informação de background	103	5,15	76	3,8	71	3,55	69	3,45
Redacção adaptada à Internet	119	5,95	127	6,35	113	5,65	132	6,6
Expressividade das fotografias	140	7	146	7,3	127	6,35	137	6,85
Expressividade dos infográficos	76	3,8	54	2,7	60	3	58	2,9
Expressividade dos elementos audiovisuais	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-
Expressividade dos elementos sonoros	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-
Base de dados (textos)	135	6,75	162	8,1	161	8,05	118	5,9
Base de imagens (fotografias)	N.E.	-	163	8,15	N.E.	-	N.E.	-
Base de sons	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-
Base de audiovisuais	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-
Média global	129,37	6,47	135,22	6,76	121,12	6,06	119,87	5,99

Tabela 4: Avaliação dos conteúdos (grupo brasileiro)

FACTOR	O Estado de São Paulo		A Folha de São Paulo		Jornal do Brasil		O Globo	
	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa
Actualidade da informação	180	9	182	9,1	177	8,85	171	8,55
Interesse da informação	179	8,95	181	9,05	149	7,45	143	7,15
Qualidade geral da informação	158	7,9	175	8,75	133	6,65	124	6,2
Informação de background	103	5,15	69	3,45	65	3,25	53	2,65
Redacção adaptada à Internet	112	5,6	118	5,9	96	4,8	119	5,95
Expressividade das fotografias	141	7,05	148	7,4	141	7,05	138	6,9
Expressividade dos infográficos	84	4,2	60	3	55	2,75	57	2,85
Expressividade dos elementos audiovisuais	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-
Expressividade dos elementos sonoros	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-
Base de dados (textos)	121	6,05	167	8,35	169	8,45	140	7
Base de imagens (fotografias)	N.E.	-	156	7,8	N.E.	-	N.E.	-
Base de sons	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-
Base de audiovisuais	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-	N.E.	-
Média global	134,75	6,74	139,55	6,98	123,12	6,16	118,13	5,9

N. E. = Não existente.

Os resultados expressos nas tabelas 3 e 4 mostram que, no que respeita à qualidade dos conteúdos, ambos os grupos hierarquizaram os jornais da mesma maneira. Em concreto, para ambos os grupos de avaliadores o jornal *Folha de São Paulo* foi, no geral, o que apresentou conteúdos de melhor qualidade, sendo seguido pelo *Estado de São Paulo*, *Jornal do Brasil* e *O Globo*. Registe-se, inclusivamente, que o *Folha de São Paulo* era o único jornal que possuía uma base de imagens.

Na avaliação feita pelo grupo português, o diferencial entre a mais elevada das médias das pontuações (*Folha*) e a mais pequena (*O Globo*) atingiu 15,35 pontos, correspondente a 7,675% do máximo de pontos por factor que poderia ser atribuído (200), o que se pode considerar pouco relevante. No que respeita à média das médias das classificações atribuídas por cada pessoa por factor,

a diferença entre *A Folha* e *O Globo* cifrou-se em 0,77 pontos, o que também se pode considerar pouco relevante.

Na avaliação feita pelo grupo brasileiro, o diferencial entre a mais elevada das médias das pontuações, precisamente a do jornal *A Folha de São Paulo*, e a mais pequena, a de *O Globo*, atingiu 21,62 pontos (mais 6,27 pontos do que na avaliação feita pelo grupo português), que é uma diferença mais relevante do que sucedeu com a avaliação feita pelos portugueses. Inclusivamente, se tivermos em consideração que a pontuação máxima que um jornal poderia atingir por factor era de 200 pontos, 21,62 pontos representam 10,81% desse total. No que respeita à média das médias das classificações atribuídas por cada pessoa por factor, a diferença entre *A Folha* e *O Globo* cifrou-se em 1,08 pontos, mais de 10% do total máximo de pontos por pessoa e factor (10), o que também é mais relevante do que a diferença assinalada na avaliação feita pelo grupo português.

Constata-se ainda, pela observação das tabelas, que, com excepção do que ocorre para o jornal *O Globo*, o grupo de avaliadores portugueses atribuiu aos jornais classificações menores do que o grupo de avaliadores brasileiros. No entanto, o diferencial de classificações de um e outro grupo é relativamente reduzido, atingindo, no que respeita à média das pontuações, apenas 4,98 pontos no que respeita a *O Estado de São Paulo*, 4,33 pontos no que diz respeito à *Folha*, 2 no caso do *Jornal do Brasil* e 1,74 no caso de *O Globo*. Tendo, por seu turno, em consideração as médias das classificações médias atribuídas por pessoa e por factor, as diferenças foram de apenas algumas décimas (0,27 para o caso do *Estado*; 0,22 para o caso da *Folha*; 0,1 para o caso do *Jornal do Brasil*; e apenas 0,09 para o caso de *O Globo*).

As classificações demonstram que todos os jornais foram percebidos como apresentando conteúdos de média qualidade, considerando, por analogia com as classificações escolares, que o médio se situa entre 5 e o 7. Em conformidade com os resultados expressos nas tabelas, pode dizer-se que quer portugueses quer brasileiros valorizaram, em particular, os factores actualidade, interesse, qualidade geral da informação e expressividade das fotografias; pelo contrário, foram particularmente críticos para com os restantes factores que puderam ser avaliados, excluindo as bases de dados de textos (apenas *A Folha* possuía um banco de imagens). Os dados também demonstram que as potencialidades da Internet são pouco aproveitadas por todos os jornais on-line avaliados e que isso os penaliza quanto à percepção da sua qualidade:

- a) Não são disponibilizados conteúdos audiovisuais e sonoros;
- b) Há pouca informação de background, acessível, por exemplo, através de hiperligações;
- c) A redacção não foi bem adaptada à Internet.

Pode entender-se que a diferença entre a qualidade percebida dos conteúdos de *A Folha* e a qualidade percebida dos conteúdos de *O Globo* foi relativamente pouco relevante, tenha a avaliação sido feita por portugueses ou por brasileiros. As diferenças entre a qualidade percebida dos conteúdos de *A Folha* e de *O Estado de São Paulo*, por um lado, e do *Jornal do Brasil* e de *O Globo*, por outro, foram ainda menos relevantes para ambos os grupos de avaliadores.

No global, no que respeita à qualidade percebida dos conteúdos:

a) Podem-se agrupar os jornais dois a dois, ficando melhor posicionados os jornais de São Paulo e menos bem posicionados os jornais do Rio de Janeiro;

b) Não se registam diferenças globais gritantes nem sequer particularmente relevantes entre a avaliação feita por portugueses e brasileiros no que respeita à qualidade dos conteúdos dos jornais. As tendências na avaliação foram, inclusivamente, similares ou mesmo idênticas.

Tabela 5: Avaliação da ergonomia do sistema hipermédia (grupo português)

FACTOR	O Estado de São Paulo		A Folha de São Paulo		Jornal do Brasil		O Globo	
	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa
Organização interna do site	128	6,4	164	8,2	163	8,15	162	8,1
Facilidade de navegação no site	121	6,05	166	8,3	145	7,25	156	7,8
Intuitividade do funcionamento do site	113	5,65	138	6,9	136	6,8	137	6,85
Uniformidade	144	7,2	159	7,95	142	7,1	160	8
Média global	126,5	6,32	156,75	7,84	146,5	7,32	153,75	7,69

Tabela 6: Avaliação da ergonomia do sistema hipermédia (grupo brasileiro)

FACTOR	O Estado de São Paulo		A Folha de São Paulo		Jornal do Brasil		O Globo	
	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa
Organização interna do site	132	6,6	160	8	137	6,85	164	8,2
Facilidade de navegação no site	143	7,15	167	8,35	134	6,7	158	7,9
Intuitividade do funcionamento do site	124	6,2	137	6,85	140	7	135	6,75
Uniformidade	141	7,05	155	7,75	138	6,9	156	7,8
Média global	135	6,75	154,75	7,74	137,25	6,86	153,25	7,66

Tal como ocorreu na avaliação dos conteúdos, portugueses e brasileiros avaliaram de forma similar a qualidade da ergonomia do sistema hipermédia dos sites dos jornais. Em concreto, quer um quer outro grupo hierarquizou os jornais de forma idêntica, ficando *A Folha* em primeiro lugar, *O Globo* em segundo lugar, o *Jornal do Brasil* em terceiro e *O Estado de São Paulo* em quarto. No entanto, estes resultados mostram que, exceptuando o caso de *A Folha*, que foi o jornal melhor classificado em ambas as categorias, a hierarquização da qualidade dos conteúdos não encontra paralelo na hierarquização da qualidade ergonómica dos sistemas hipermédia dos sites de cada jornal on-line.

Na avaliação feita pelo grupo português, o diferencial entre a mais elevada das médias das pontuações (*Folha*) e a mais pequena (*Estado*) atingiu 30,25 pontos, correspondente a 15,125% do máximo de pontos por factor que poderia ser atribuído, o que se pode considerar relativamente relevante. No que respeita à média das médias das classificações atribuídas por cada avaliador por factor, a diferença entre *A Folha* e *O Estado* cifrou-se em 1,52 pontos, o que também é relativamente relevante, pois corresponde a 15,2% do total máximo de pontos atribuíveis por pessoa e por factor. *O Globo* e o *Jornal do Brasil* foram pontuados de forma bastante semelhante à *Folha*, o que demonstra que, no que respeita à ergonomia do sistema hipermédia, *O Estado de São Paulo* é o jornal que mais terá de melhorar. Esta ideia é, inclusivamente, reforçada pela observação dos resultados do grupo de avaliadores brasileiros, embora estes tenham distanciado mais *A Folha* e *O Globo* do *Jornal do Brasil* (16 pontos, tendo em conta a média das pontuações, e 0,8 pontos, tendo em conta a média das médias atribuídas por avaliador por factor, separam *O Globo* do *Jornal do Brasil*), ficando *O Estado* na quarta posição.

Prosseguindo a sistematização dos resultados da avaliação feita pelo grupo brasileiro, pode verificar-se que o diferencial entre a mais elevada das médias das pontuações (*Folha*) e a mais pequena (*Estado*) atingiu 19,75 pontos (menos 10,5 pontos do que na avaliação feita pelo grupo português), correspondente a 9,875% do máximo de pontos por factor que poderia ser atribuído, o que se pode considerar minimamente relevante. No que respeita à média das médias das classificações atribuídas por avaliador por factor, a diferença entre *A Folha* e *O Estado* cifrou-se em 0,99 pontos, quase 10% do total máximo de pontos por pessoa e factor (10), o que é minimamente relevante, embora, ainda assim, este resultado seja 0,53 pontos inferior ao diferencial registado na avaliação feita pelo grupo português.

Ao contrário do que sucedeu em relação aos conteúdos, na avaliação da qualidade da ergonomia do sistema hipermédia quase sucede o inverso da categoria “qualidade dos conteúdos”, pois, com excepção de *O Estado*, os portugueses valorizaram mais do que os brasileiros a ergonomia do sistema

hipermédia dos sites dos jornais em análise. Portanto, na minha perspectiva, a nacionalidade dos avaliadores não influenciou decisivamente a avaliação, pois, em princípio, se tivesse influenciado, seria de esperar que os brasileiros valorizassem sistematicamente mais do que os portugueses os jornais do seu próprio país (ou, pelo menos, seria de esperar que um dos grupos valorizasse sistematicamente mais ou menos os jornais do que o outro grupo). Esta ideia é reforçada pelo cálculo dos diferenciais, que são muito pequenos. No que respeita à média das pontuações, a diferença foi de 8,5 pontos no que respeita a *O Estado de São Paulo*, 2 pontos no que diz respeito à *Folha*, 9,25 no caso do *Jornal do Brasil* e apenas 0,5 no caso de *O Globo*. Tendo, por seu turno, em consideração as médias das classificações atribuídas por pessoa e por factor, as diferenças foram de apenas algumas décimas ou nem isso (0,43 para o caso do *Estado*; 0,1 para o caso da *Folha*; 0,46 para o caso do *Jornal do Brasil*; e somente 0,03 para o caso de *O Globo*).

Por analogia com as classificações escolares, situando o médio entre 5 e 7 valores e o bom entre 7 e 9, pode dizer-se que, no geral, a ergonomia do sistema hipermédia dos diferentes jornais analisados é boa ou que é média superior. Aliás, para os avaliadores portugueses, apenas a ergonomia do sistema hipermédia de *O Estado de São Paulo* se situava na mediania, embora a média das médias da pontuação por pessoa e por factor, na avaliação desse jornal, tenha, ainda assim, atingido 6,32 pontos. Todos os sites dos restantes jornais foram considerados ergonomicamente bons. Para os avaliadores brasileiros, foi considerada boa a ergonomia dos sistemas de *A Folha* e de *O Globo*, situando-se *O Estado de São Paulo* e o *Jornal do Brasil* no médio superior, a poucas décimas do patamar inferior da classificação “bom” (7). Os factores mais valorizados pelos avaliadores portugueses foram a organização interna dos sites, a facilidade de navegação nos sites e a uniformidade dos sites. O menos valorizado por jornal, no geral, foi o factor “intuitividade do funcionamento do site”, o que deverá merecer reflexão por parte dos webmasters e outros responsáveis pelos sites. Os avaliadores brasileiros fizeram uma avaliação menos padronizada, devido aos resultados do *Jornal do Brasil*; no entanto, nos outros jornais, o factor “intuitividade do funcionamento do site” também foi o menos valorizado, o que reforça a recomendação extraída da avaliação feita pelo grupo português.

No que respeita à qualidade percebida da ergonomia do sistema hipermédia, pode-se concluir, no geral, que também não se registam diferenças globais gritantes ou particularmente relevantes entre a avaliação feita por portugueses e brasileiros; pode ainda concluir-se que os sistemas são vistos como sendo ergonomicamente muito razoáveis ou mesmo bons, sendo *A Folha* e *O Globo* os jornais melhor posicionados.

As tabelas 7 e 8 mostram que, no que respeita à avaliação da interactividade e implicação do usuário, portugueses e brasileiros hierarquizaram paralela-

**Tabela 7: Avaliação da interactividade e implicação do usuário
(grupo português)**

FACTOR	O Estado de São Paulo		A Folha de São Paulo		Jornal do Brasil		O Globo	
	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa
Funcionalidade em geral e simplicidade	146	7,3	149	7,45	145	7,25	147	7,35
Funcionalidade das ligações dinâmicas intra-site	143	7,15	146	7,3	145	7,25	144	7,2
Hiperligações para sítios e páginas de interesse	127	6,35	114	5,7	97	4,85	104	5,2
Possibilidade de feedback por parte do usuário	101	5,05	105	5,25	103	5,15	106	5,3
Participação em <i>chats</i> e inquéritos on-line	108	5,4	112	5,6	117	5,85	115	5,75
Disponibilização de edições anteriores	153	7,65	151	7,55	138	6,9	110	5,5
Motor de busca	137	6,85	148	7,4	143	7,15	146	7,3
Média global	130,71	6,54	132,14	6,61	126,86	6,34	124,57	6,23

**Tabela 8: Avaliação da interactividade e implicação do usuário
(grupo brasileiro)**

FACTOR	O Estado de São Paulo		A Folha de São Paulo		Jornal do Brasil		O Globo	
	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa	Pontuação total	Pontuação média por pessoa
Funcionalidade em geral e simplicidade	149	7,45	160	8	138	6,9	140	7
Funcionalidade das ligações dinâmicas intra-site	154	7,7	162	8,1	159	7,95	151	7,55
Hiperligações para sítios e páginas de interesse	159	7,95	129	6,45	108	5,4	127	6,35
Possibilidade de feedback por parte do usuário	105	5,25	107	5,35	101	5,05	108	5,4
Participação em <i>chats</i> e inquéritos on-line	113	5,65	127	6,35	131	6,55	132	6,6
Disponibilização de edições anteriores	162	8,1	164	8,2	158	7,9	115	5,75
Motor de busca	141	7,05	158	7,9	144	7,2	145	7,25
Média global	140,43	7,02	143,86	7,19	134,14	6,7	131,14	6,56

mente os jornais. *A Folha de São Paulo* foi o jornal melhor classificado por um e outro grupo, sendo seguido por *O Estado de São Paulo*, *Jornal do Brasil* e *O Globo*. Este resultado global repete a hierarquização dos jornais no que respeita à qualidade dos conteúdos.

Na avaliação feita pelo grupo português, o diferencial entre a mais elevada das médias das pontuações (*Folha*) e a mais baixa (*O Globo*) atingiu apenas 7,57 pontos, correspondente a 3,785% do máximo de pontos por factor que poderia ter sido atribuído (200). Esta diferença pode, portanto, ser considerada como sendo pouco relevante. Ou seja, do ponto de vista dos avaliadores portugueses, os jornais brasileiros on-line analisados não se diferenciam muito no que respeita à interactividade e implicação do usuário. Essa ideia é reforçada pelo facto de a diferença entre *A Folha* e *O Globo* se ter cifrado em somente 0,38 pontos, tendo em consideração a média das médias das classificações atribuídas por cada avaliador por factor.

Para o grupo de avaliadores brasileiros, é maior o diferencial que separa qualitativamente o melhor do pior jornal on-line, em termos de interactividade e implicação do usuário. De facto, entre *A Folha* e *O Globo* mediaram 12,72 pontos, (mais 5,15 pontos do que na avaliação feita pelo grupo português), correspondentes a 6,36% do máximo de pontos por factor que poderia ter sido atribuído (200). Ainda assim, esta diferença não pode ser considerada muito relevante. Aliás, no que respeita à média das médias das classificações atribuídas por cada pessoa por factor, a diferença entre *O Globo* e *A Folha* cifrou-se em 0,63 pontos, o que corresponde a apenas 6,3% do total máximo de pontos por pessoa e factor (10), cifra que se pode também entender como pouco relevante.

Verifica-se ainda, pela observação das tabelas, que o grupo de avaliadores portugueses atribuiu sistematicamente aos jornais classificações inferiores às dadas pelos avaliadores brasileiros, no que concerne à avaliação da interactividade e implicação do usuário. No entanto, o diferencial de classificações atribuídas por um e outro grupo é relativamente pouco significativo, embora seja mais significativo do que sucedeu, por exemplo, na avaliação da qualidade dos conteúdos. Em concreto, a distância que separa a avaliação feita por brasileiros da avaliação feita por portugueses cifrou-se em 11,72 pontos, para *A Folha*, 9,72 pontos para *O Estado de São Paulo*, 7,28 para o *Jornal do Brasil* e 6,57 pontos para *O Globo*. Portanto, portugueses e brasileiros coincidiram mais na avaliação da qualidade da interactividade e implicação do usuário dos jornais on-line menos bem cotados por ambos os grupos do que na avaliação dos jornais melhor cotados.

As classificações demonstram, mais uma vez por analogia com as classificações escolares, que todos os jornais apresentaram índices globais de interactividade e implicação do usuário médios ou mesmo bons (para os avaliadores brasileiros e unicamente para os jornais de São Paulo). No geral, ambos os grupos de avaliadores consideraram como sendo boa a funcionalidade dos sites e a capacidade do motor de busca (excepto para os avaliadores brasileiros e apenas no que respeita a *O Estado de São Paulo*) e como sendo média a qualidade dos seguintes factores (que, portanto, devem ser melhorados):

- Hiperligações para sítios e páginas de interesse (aspecto fundamental no jornalismo on-line), pese embora a classificação obtida por *O Estado de São Paulo* entre os avaliadores brasileiros;
- Possibilidade de feedback por parte do usuário;
- Participação em *chats* e inquéritos on-line.

Os resultados apontam ainda para a necessidade de *O Globo* melhorar a disponibilização de edições anteriores (mais edições e mais completas, presumivelmente).

No global, no que respeita aos índices de interactividade e implicação do usuário, pode afirmar-se que não se registaram diferenças particularmente relevantes entre a avaliação feita por portugueses e a avaliação feita por brasileiros e que a qualidade percebida dos jornais, no que respeita à mesma categoria de aferição da qualidade, é relativamente similar, particularmente para o grupo português.

Tabela 9: Qualidade percebida (totais)

	O Estado de São Paulo		A Folha de São Paulo		Jornal do Brasil		O Globo	
	Pontuação total	Pontuação média por factor	Pontuação total	Pontuação média por factor	Pontuação total	Pontuação média por factor	Pontuação total	Pontuação média por factor
Grupo português	2.456 (2)	129,26 (2)	2.769 (1)	138,45 (1)	2.443 (4)	128,58 (4)	2.446 (3)	128,74 (3)
Grupo brasileiro	2.601 (2)	136,89 (2)	2.882 (1)	144,1 (1)	2.473 (4)	130,16 (4)	2.476 (3)	130,32 (3)

NOTA: OS VALORES A NEGRO CARREGADO, EM CADA CÉLULA, INDICAM O POSICIONAMENTO DOS JORNAIS NO "RANKING" DA QUALIDADE PERCEBIDA.

É visível pela tabela que os dois grupos de avaliadores hierarquizaram os jornais da mesma maneira. Assim, para ambos os grupos *A Folha de São Paulo* foi considerado o melhor jornal, sendo seguido por *O Estado de São Paulo*, *O Globo* e o *Jornal do Brasil*. Os melhores jornais on-line são, portanto, para ambos os grupos de avaliadores, os jornais de São Paulo, em oposição aos jornais do Rio de Janeiro. A distância que separa *O Globo* do *Jornal do Brasil* é, no entanto, desprezível, pois atinge apenas 3 pontos em ambos os grupos. Aliás, no geral, portugueses e brasileiros divergiram pouco na avaliação da qualidade percebida das edições on-line dos jornais brasileiros de informação geral de referência.

Pode também dizer-se que o grupo português classificou os jornais mais homogeneamente do que o grupo brasileiro. À excepção da *Folha*, que se destaca, é de apenas 13 pontos a distância entre o *Jornal do Brasil* e *O Estado de São Paulo*.

Conclusões

Face aos resultados obtidos, e tendo em consideração as hipóteses levantadas na introdução, as seguintes conclusões são pertinentes:

a) O instrumento de avaliação da qualidade percebida dos jornais on-line aqui usado parece ser útil e pertinente, pois permitiu avaliar três componentes essenciais do jornalismo electrónico: conteúdo, design e navegação;

b) O substrato cultural, em época de globalização, não parece ser um factor determinante na percepção da qualidade dos jornais on-line, pois portugueses e brasileiros não diferiram significativamente na avaliação que fizeram dos jornais;

c) É possível que a experiência globalmente partilhada da Internet e a cibercultura global que une a cibercomunidade sejam factores mais determinantes do que o substrato cultural de base na percepção da qualidade dos jornais on-line;

d) No que respeita à percepção da qualidade, os jornais on-line são penalizados por não aproveitarem as potencialidades da Internet.

Bibliografia

Bastos, H. (2000), *Jornalismo Electrónico*, Coimbra: Minerva.

Callahan, C. (1999), *A Journalist's Guide to the Internet. The Net as a Reporting Tool*, Needham Heights: Allyn & Bacon.

DeFleur, M. (1997), *Computer-Assisted Investigative Reporting*, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Fidler, R. (1997), *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*, Barcelona: Ediciones Juan Granica

Garrison, B. (1998), *Computer-Assisted Reporting*, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Marques de Melo, J. e Queiroz, A. (1997), *Identidade da Imprensa Brasileira*, São Bernardo do Campo: Cátedra UNESCO/UMESP.

Meirinhos, G. (2000), Análisis cualitativo de los sistemas hipermedia. Comunicação apresentada ao V Congresso Latino-Americano de Ciências da Comunicação, em Santiago do Chile, em Abril de 2000.

Sousa, J. e Pinto, R. (1999), O futuro incerto da Internet – Intercomunicar além do comércio e da publicidade. In *Cadernos de Estudos Mediáticos I*, pp. 109-125.

Turkley, S. (1997), *La vida en la pantalla*, Barcelona: Paidós.

Dominique Wolton

Entrevista de
José Carlos Abrantes

José Carlos Abrantes: *É reconhecido em Portugal, sobretudo, por ter escrito L' Eloge du Grand Public [traduzido pelas edições ASA]. Sabemos que é director do Laboratório de Política e Comunicação do CNRS. Como chegou ao domínio da comunicação?*

Dominique Wolton: As minhas primeiras investigações nada tinham a ver com as técnicas da comunicação mas, apesar de tudo, tinham a ver com a comunicação em sentido amplo, pois o meu trabalho dizia respeito à libertação dos costumes. Estas investigações incidiam sobre as lutas que então se travavam a favor da libertação dos costumes, das discussões à volta da contracepção, do aborto e da libertação das mulheres, questões sociais em que se questionavam as relações homem / mulher e, por conseguinte, os modelos de comunicação. Depois disto, interessei-me pelo problema da técnica no trabalho, mais concretamente da informatização que, nos anos oitenta, se encontrava em início de expansão. E, por essa razão, trabalhei com organizações sindicais para poder perceber a forma como os trabalhadores de base apreendiam a informatização do trabalho nos sectores industrial, da produção ou terciário. Interessava-me ver como é que os trabalhadores assimilavam a transformação técnica e como

tentavam construir outra relação com a técnica através da acção sindical. Este tema interessou-me a tal ponto que nessa época escrevi dois livros sobre estas questões. Apercebi-me que a informatização dizia respeito à divisão e à organização social do trabalho e que não era possível separar a técnica das relações sociais. Assim tive uma primeira experiência na transformação das relações sociais e uma segunda nas relações de trabalho, esta ligada à informática. Depois saí da esfera das empresas.

Mas esse trabalho foi feito em empresas?

Sim, trabalhei em empresas para ver como os trabalhadores utilizavam o computador... Pude compreender, desde então, como a técnica e as relações sociais estavam interligadas.

Era funcionário do Estado?

Era já investigador e a empresa foi o meu objecto de investigação para compreender ao mesmo tempo a mutação técnica, a organização do trabalho e a acção sindical.

Foi no início dos anos oitenta que escreveu o seu primeiro livro sobre televisão com Jean Louis Missika?

Escrevi antes os livros sobre a informatização do trabalho a que me referi. Depois descobro que a televisão era o

meio de comunicação mais democrático das sociedades democráticas. Descubro então que ninguém gosta de televisão, que esta não tem grande legitimidade. Começava a haver já o fascínio do computador e pensava-se que a rádio e a televisão tinham deixado de ser interessantes. Mas eu achava que, para perceber a cultura democrática, era necessário perceber o que é a televisão. É nesta altura que me dou conta de que, nos Estados Unidos e em Inglaterra, havia uma grande tradição de pesquisa sobre televisão, inexistente em França. Achei então essencial fazer uma pesquisa sobre o papel da televisão na democracia, nas relações familiares, etc... Foi nesta época que escrevi o livro acerca da televisão, com Jean Louis Missika, em 1981/1982. Passei assim cinco a sete anos para tentar perceber o lugar que a televisão ocupava na economia, na sociedade e na política.

E como chegou à televisão?

Tendo compreendido a importância da informatização no trabalho e na vida privada também (visto que os computadores começavam a entrar em nossas casas), apercebi-me de que havia uma técnica de comunicação ainda mais importante que o computador que se desenvolvia na época: a televisão e a rádio. Todos se ocupavam do computador, mas deixavam de lado a rádio e desconfiavam da televisão.

Foi portanto uma escolha de pesquisa?

Sim. Apercebi-me de que, havendo uma democracia de massas com sufrágio universal, é imprescindível que exista uma comunicação que corresponda a esse sufrágio universal. Deparei-me assim com a rádio e a televisão que têm, indiscutivelmente, esta vocação. E, como já se encontravam investiga-

ções sobre a rádio, pensei em ocupar-me mais da televisão, visto haver pouca coisa em França. Havia essencialmente trabalhos de engenheiros ou algumas considerações marxistas muito críticas sobre a televisão. Eu tinha uma aproximação crítica mas não marxista: queria dizer, em suma, que não se podia fazer democracia sem televisão.

Lembro-me que, em 1984, quando li o livro que escreveu com Missika, fiquei algo surpreendido pois já se sentia a influência das pesquisas americanas e anglo-saxónicas que ainda não eram conhecidas naquela época, em França.

Sim. Quisemos reintroduzir em França o capital intelectual das pesquisas anglo-saxónicas e americanas que tinham sido de grande utilidade nos anos 50 e 60 e que não eram conhecidas em França. Em Paris, havia um filósofo e sociólogo, Georges Friedman, que tinha tentado fazê-lo com Roland Barthes e Edgar Morin, mas Friedman parou a actividade após 1968. Quis retomar esta tradição intelectual que chamo de empírico-crítica, tentando perceber a forma como as pessoas utilizam a televisão, olhando para o campo social e munido de algumas ferramentas teóricas. Dei-me conta, muito rapidamente, de que as teorias da televisão consideravam sempre que o espectador era passivo, sem capacidade crítica. O que me interessava mostrar era que o espectador é crítico, não é passivo mas sim activo. Tentei assim desenvolver uma teoria crítica da televisão com o livro *L'Éloge du Grand Public*, transmitindo a ideia de que não há democracia sem os media de massa, sem o elo social que estes permitem nas sociedades de hoje e que este elo social é uma condição de funcionamento da própria democracia. Evidentemente que há responsabi-

lidades políticas tanto da rádio como da televisão mas o público não é passivo, também interfere. Quis, desta forma, reintroduzir a inteligência do público na leitura das mensagens mediáticas. Dizia sempre: “porque será que, em política, se considera que o cidadão é suficientemente inteligente para votar e em comunicação se crê que é burro e que vai ser manipulado pela televisão? Mas trata-se do mesmo indivíduo!” Na política pressupõe-se que o cidadão é inteligente? Essa mesma inteligência deve também ser pressuposta na comunicação! Foi esta dimensão crítica do cidadão que tentei revalorizar.

Não era favorável aos canais culturais. Porquê?

Na época pairava a ideia de que a televisão temática seria algo muito positivo. Todos se serviam da televisão generalista, todos a viam, tinha grande sucesso de audiências. Mas, ao mesmo tempo, os intelectuais não gostavam dela do ponto de vista teórico. Quando os media temáticos surgiram, primeiro com o cabo, seguidamente com outras tecnologias, todos diziam: “a televisão de massa é de má qualidade, baixo nível, mas a televisão temática/cultural pode salvar a cultura na televisão”. Eu era mais céptico pois acreditava que a televisão era um forte utensílio democrático, logo, base de uma comunicação *para todos*. Defendia que o canal de televisão temático/cultural, o ARTE, corria o risco de ser um gueto. Responderam-me: “claro que não, vai salvar a cultura na televisão”. Mas eu acreditava que o papel principal da televisão não era a cultura mas sim a sensibilização à sociedade e, se fizéssemos uma televisão cultural, teríamos necessariamente uma televisão de gueto. Houve, nessa altura, um grande

debate em que eu defendia que era mais difícil fazer televisão generalista mas que era mais importante para a democracia, enquanto a televisão temática era menos difícil mas menos ambiciosa. Hoje, passados 15 anos, apercebo-me que há media temáticos por todo o lado, é verdade. Porém, o verdadeiro desafio continua a ser fazer perdurar os media generalistas: a imprensa escrita, a rádio e a televisão. E, nos dias de hoje, estamos a redescobrir a importância da televisão generalista.

Passou da questão da televisão à Internet?

Queria acabar o trabalho acerca da televisão mas apercebi-me de que a Internet se infiltrava a pouco e pouco. Na época não se falava em Internet mas em auto-estradas da informação.

*Pelo meio escreveu *Penser la Communication*...*

A Internet veio depois de *Penser la Communication*. Escrevi *L' Eloge Du Grand Public*, livro em que desenvolvi uma teoria sobre a televisão. Depois disto, vi surgir os novos media e ao mesmo tempo queria elaborar um trabalho de síntese sobre as pesquisas de comunicação. Comecei então a escrever *Penser la Communication*, que consiste numa síntese de todas as minhas investigações sobre o espaço público, a televisão, o jornalismo, a relação dos homens políticos com a comunicação política, e em simultâneo, escrevia o livro sobre a Internet. No entanto, preferi publicar primeiro *Penser la Communication*, enquanto utensílio de compreensão, por volta de 1995. De seguida publiquei *Internet et Après*, em que queria responder à pergunta “O que vai transformar a Internet em comparação com os media clássicos?”. A minha tese (muito controversa na época e mais aceite

hoje) consistia em dizer que a Internet vai ser um complemento relativamente à televisão e à rádio mas não resolve a questão dos laços sociais e da democracia de massa. É preciso pensá-la em conjunto com a televisão e não separadamente. A Internet é um progresso técnico mas não forçosamente um progresso na comunicação política. Neste campo, o verdadeiro progresso consiste num utensílio que seja capaz de transcender as diferenças culturais, as diferenças entre as comunidades, isto é, a televisão e a rádio. Era por esta razão que defendia que a Internet é um progresso técnico mas não um progresso na comunicação, o que me levou a relativizá-la um pouco. Logo, pensar a comunicação e a Internet é como pensar hoje os desafios políticos e culturais da comunicação. O que pretendo dizer é que a comunicação é um desafio democrático antes de poder vir a ser um desafio económico e técnico. É preciso ter cuidado para não ficarmos demasiado fascinados com a técnica. Claro que esta é maravilhosa mas o mais importante são os projectos culturais, políticos e sociais de comunicação. É necessário tornar a introduzir a política na comunicação, a política enquanto visão do mundo e não enquanto política politiqueria. O mais importante para a comunicação é o projecto político e não a técnica. Lutei sempre contra a ideologia técnica, para trazer de novo o pensamento político para a comunicação.

É o que chama de conteúdo normativo da comunicação, no sentido de que a técnica não é tudo. Disse-me que o seu próximo livro incidirá sobre o multiculturalismo. Vai afastar-se dos media ou trata-se, ainda, de uma reflexão acerca dos media mas cruzada com as diferenças culturais?

Actualmente prossigo a minha investigação sobre a comunicação política mas estou a alargá-la. Tinha como ponto de partida a informática, cheguei à televisão, depois passei para os novos media, vi as condições de comunicação política noutros países da Europa. De seguida escrevi um livro acerca da construção política da Europa em que tentava perceber como é que, depois de Maastricht, os europeus, que pouco têm de comum – para além de uma história violenta –, conseguem coabitar. Ao reflectir sobre a construção política da Europa, cheguei à conclusão de que a comunicação intercultural é e será, no futuro, muito importante. Este tipo de comunicação resulta de termos que coabitar quando não possuímos a mesma língua, as mesmas memórias e recordações. Mas, apesar de tudo isto, temos um projecto em comum. Apercebi-me que os Estados-nações da Europa se confrontam com a comunicação intercultural quando se reúnem. O livro que escrevi sobre a Europa foi uma tentativa de perceber em que condições nos poderemos compreender. Há a mundialização da comunicação, que se dá com os satélites e a Internet, diz-se que vão existir redes de uma ponta a outra do mundo, que todos se vão compreender... Penso que não é verdade. Na verdade, é necessário saber diferenciar a aldeia global da realidade técnica e o facto de, a nível internacional, os homens não possuírem a mesma cor, os meus valores, as mesmas tradições... Foi por esta razão que cheguei à comunicação intercultural, que me levou a fazer pesquisas, que já acabei, onde queria mostrar porque razão o além-mar da França e também o além-mar de Portugal são possibilidades imensas de diálogo com outras culturas. Apesar

da existência das parabólicas de televisão, da Internet, o mais importante é ir além da comunicação técnica para reencontrar a comunicação cultural. Se França e Portugal fossem capazes de construir um diálogo cultural com as antigas colónias – ou a Espanha, ou a Inglaterra, ou a Holanda, que têm o mesmo problema –, a Europa teria a hipótese de encontrar, depois da colonização, outras condições de comunicação intercultural e de ser pioneira num problema que se vai tornar mundial, que é o de sermos capazes de viajar de avião de um lado para outro mas enviarmos mensagens em que não nos compreendemos. O que me interessa na comunicação intercultural é saber quais são as condições mínimas para que possamos cooperar quando não temos as mesmas culturas e tradições. Gostaríamos de nos aproximar uns dos outros e apercebemo-nos que os pontos comuns não são numerosos e que é necessário fazer um esforço para nos tolerarmos, para nos compreendermos, para cooperarmos. Defendo uma dimensão humanista e política da comunicação e desconfio de uma comunicação técnica pois as técnicas não são suficientes para aproximar os homens, como nos pudemos aperceber com a tragédia em Israel e na Palestina, ou na Jugoslávia, ou mesmo com o 11 de Setembro. Não é por haver a Internet e computadores por todo o lado que os homens se compreendem. As técnicas demonstram que o que importa, cada vez mais, é o projecto cultural e político.

A globalização do humanismo seria então algo de positivo?

A globalização do humanismo consistiria na aprendizagem do multiculturalismo, da tolerância mútua. É normal

que não nos compreendamos, mas é também normal fazermos um esforço para nos tolerarmos porque senão a comunicação, demonstrando cada vez mais as diferenças culturais que há entre nós, vai criar intolerância. Há uma discrepância entre a aldeia global, que é uma realidade técnica extraordinária, e o facto de a nível internacional os povos e as culturas não dialogarem. Logo, é por esta razão que a situação multicultural é um desafio político forte.

Mas está a colocar-se fora dos media... Qual será o seu papel da televisão nessa dimensão intercultural?

Para este desafio político e cultural, a rádio é o principal meio, no mundo. É imprescindível fortalecer a rádio porque não é cara, porque é ligeira, porque é voz (por isso familiar) e porque consiste num utensílio tão banal que é esquecido. Em segundo lugar, vem a televisão. Aqui, é necessário favorecer trocas de programas entre o Norte e o Sul pois se o Norte continua a produzir programas de televisão e a distribuir imagens no Sul sem que haja uma reciprocidade. Isto vai levar a que um dia o Sul, com razão, diga ao Norte: “fizeram imperialismo cultural”. Julgo que é necessário que o Norte esteja atento a que as emissões de televisão sejam feitas no Sul e recebidas no Norte, ou seja, que haja trocas interculturais. A Internet é útil mas não podemos pedir-lhe para fazer a economia da rádio, da televisão e, sobretudo, das deslocações. A comunicação intercultural supõe que se favoreçam as deslocações dos jovens, dos estudantes, que haja cidades universitárias no mundo inteiro situadas no seio das cidades e que estes sejam locais em que os rapazes e as raparigas vivam, comam e durmam. O mundo é muito

pequeno enquanto aldeia técnica mas as diferenças culturais são abissais. Quanto mais o mundo é pequeno fisicamente, mais as diferenças culturais vão ter um papel importante. Daí que se tenha que fazer um esforço de compreensão que passa pela rádio, pela televisão, um pouco pela Internet e muito pela deslocação física. Quanto mais há comunicação técnica, mais se deve reforçar a comunicação física, para que os homens e as mulheres possam fazer uma experiência de comunicação para além da técnica, visto que esta não é suficiente. Os seres humanos necessitam de se mexer, de falar, de comer em conjunto, de viajar. Quanto mais significativa for a mundialização técnica, mais se deve compensá-la e completá-la com viagens. A Internet não suprime as deslocações, vai torná-las mais necessárias e frequentes.

É favorável à televisão europeia?

Considero que é demasiado cedo para a sua existência. A força da Europa relativamente aos Estados Unidos é termos um sector misto: sistema público e sistema privado. O sector público na Europa é uma sorte, não devemos suprimi-lo. Somos o único continente no mundo com dois sistemas. A Europa deveria estar orgulhosa de ter dois sistemas, um público e um privado.

É isto porque razão? Porque não devemos deixar tudo ao privado?

Porque a comunicação não é só uma mercadoria, não é só uma técnica, é também um projecto de emancipação política, um projecto democrático da História da Europa. Há toda uma tradição do serviço público na saúde, na investigação e nos transportes. A Europa deve orgulhar-se dessa tradi-

ção e deveria favorecer o desenvolvimento do sector público. Dever-se-ia estabelecer a concorrência equilibrada entre o sector público e o privado e fazer com que o sector público não seja demasiado pequeno. Deveríamos também desenvolver a Euronews, dedicada a informações sobre toda a Europa e de que ninguém está orgulhoso na Europa. Não percebo este fenómeno pois trata-se de uma pequena CNN europeia que mereceria ser favorecida. Deveria haver uma troca de programas entre as televisões para que os diferentes países da Europa se familiarizassem com as diferenças culturais das televisões, italiana, espanhola, portuguesa, austríaca. Há uma série de programas feitos pelas televisões nacionais que são muito diferentes de país para país. Outra coisa também a fazer são co-produções com documentários sobre história, política, geografia, desporto... Além disto, seria de estimular a troca de alguns programas sem dobragens, sem legendas, deixando a língua original. Na Europa somos por enquanto 15 países – no futuro 25 – com 11 línguas e nenhum europeu é capaz de identificar todas as outras dez línguas. Se houvesse a troca de programas com a língua original isso seria possível. Deveríamos servir-nos dos media não para fazer uma televisão europeia de imediato (pois é algo de prematuro) mas sim para utilizar os media na compreensão das diferenças culturais e nos familiarizarmos uns com os outros. É inegável que a aproximação económica foi muito positiva mas a aproximação política é muito mais difícil e a aproximação cultural ainda é mais. Logo, para se evitar um fenómeno de rejeição é preciso que os media nos permitam a sensibilização

à diferença cultural. É esta familiarização à diferença cultural e ao respeito mútuo que permitirão a construção de uma Europa duradoura.

O Euronews aproxima-se desta ideia com o No comments...

É verdade. Para mim, é uma emissão extraordinária que deveria ser mais apoiada e passar mais vezes por dia. Julgo que nós, europeus, somos algo masoquistas pois somos um conjunto de povos ricos, cultivados, com meios técnicos e não somos capazes de inventar formas de televisão europeias e ao mesmo tempo queremos a Europa do euro. A Europa do euro, a Europa económica, tem que existir, mas não é por termos todos euros no bolso que nos vamos transformar numa Europa política e cultural.

Falámos até agora um pouco do que escreveu. Relativamente ao seu papel na criação do Laboratório de Comunicação e Política do CNRS...

A minha vida científica consistiu em pegar no que havia sido criado nos anos sessenta no domínio da comunicação e desenvolvê-lo. Consagrei toda a minha vida à construção do campo de pesquisa de comunicação em França, no CNRS, defendendo que a comunicação é um desafio cultural e democrático fundamental. Foi esta razão que me levou a criar este laboratório, a dirigir programas científicos no CNRS sobre comunicação, a criar a revista *Hermés*, uma revista interdisciplinar e internacional que desenvolve investigação sobre a comunicação e, por fim, tentei dizer por todo o lado que é necessário desenvolver pesquisas sobre a comunicação. A França estava com algum atraso neste domínio pois não se acreditava que a comunicação fosse um grande desafio científico e

político. Eu penso, há muito, que se trata de um grande desafio democrático e humanista. Quanto mais se propagam as técnicas de comunicação, quanto mais se desenvolve o negócio com a Internet, quanto mais numerosos forem os desafios económicos com a mundialização dos grandes grupos de comunicação, mais é preciso que as universidades formem os estudantes não só para que tenham trabalho no sector da comunicação, mas também para que estes desenvolvam o seu espírito crítico. Penso que a nossa missão enquanto universitários é criar formação para que os jovens tenham trabalho à saída das universidades mas também dar lhes distância crítica para que possam escapar à ideologia técnica e aos discursos sobre a economia da comunicação. O desafio para Europa é conservar uma formação crítica nas escolas para que os rapazes e as raparigas tenham emprego mas que possuam também uma distância crítica sobre a comunicação e sobre a sociedade...

Fala mais de comunicação que de jornalismo. Considera haver grande discrepância entre o domínio da comunicação e do jornalismo?

Julgo que os jornalistas têm um papel essencial para o futuro. Têm, desde já, uma profissão que garante a liberdade da informação. Lutámos durante dois séculos para a liberdade da informação, e o jornalista é quem legitima a informação empenhando a sua responsabilidade profissional. Um dos desafios políticos de amanhã é que, com as novas tecnologias, a tendência vai ser acreditar que os jornalistas não são precisos, que cada um pode fazer o que quiser a partir de casa. Há que ter cautela: não podemos confundir progresso técnico com a profissão do jornalista que é fundamental. Não existe liberdade de informação

sem jornalistas que controlem e validem essa informação. Contrariamente a alguns, considero que quanto mais os sistemas de informação se tornam complexos, quanto mais se desenvolve a Internet, mais precisamos dos jornalistas. Podemos ter correio electrónico em nossas casas, mas para legitimar a informação é preciso uma profissão. Penso que, na comunicação de amanhã, será central o papel dos jornalistas, dos arquivistas e documentalistas para controlar a informação. Quanto mais informação mais são necessárias as bases de dados...

É necessário classificar a informação...

Penso que quanto maior for o acesso e desenvolvimento da Internet e de outros sistemas de informação mais precisamos de um intermediário humano que faça a triagem das informações. Sou contra a ideia de que, com a mundialização, não são necessários profissionais da informação. Muito pelo contrário, quanto mais informação temos mais precisamos de intermediários.

Mas existe um verdadeiro desafio para os jornalistas e os arquivistas e documentalistas: será que terão uma definição técnica dos seus empregos ou uma definição profissional e cultural? Julgo que deverão ter uma definição cultural e profissional, ou seja, são profissões que implicam o empenho de responsabilidades cívicas e sociais...

Deu uma imagem dos jornalistas como uma classe positiva. Ora, há quem aponte derivas fortes ao jornalismo, excessos, abusos...

Os jornalistas estão um pouco cegos na sua vitória porque, desde há 50 anos, que os media e a liberdade de comu-

nicação se estão a desenvolver. Isto leva-os a crer que são um quarto poder. Mas eles não são, nem podem ser, um quarto poder: têm que ser um contra poder. É imprescindível que os jornalistas se tornem mais modestos, guardem a sua independência relativamente ao poder político, e que intervenham nas lutas económicas da concentração dos jornais, das rádios, da televisão.

E como podem eles intervir?

Os jornalistas devem dizer que a indústria da imprensa não é igual às outras e que não se pode fazer concentração financeira comprando rádios, jornais, televisões, empresas de produção... Os empregos não são iguais aos de outros sectores, as responsabilidades não são as mesmas e a liberdade da democracia supõe a existência de um limite à concentração. Considero que os jornalistas não se apercebem suficientemente dos desafios políticos de amanhã pois importaria guardar a independência relativamente à pressão política e, sobretudo, conseguir lutar contra a concentração económica. Em vez de ficarem orgulhosos dos grandes grupos mundiais de comunicação deveriam ser mais cépticos e dizer: "A informação é sempre um artesanato, nunca é natural, é construída por homens em relações de força e relações sociais e, mesmo se os jornalistas são pessoas frágeis, são pessoas indispensáveis e é necessário ter cuidado com a concentração dos meios de comunicação". Julgo que os jornalistas confundem frequentemente vezes a explosão económica do sector da comunicação com os seus desafios políticos. Os jornalistas são como os guardiões da democracia, deveriam ser os primeiros a questionar: "atenção, há toda uma nova tecnologia, mas para fazer o quê?

Com que regulamentações? Com que leis?” Deveriam dizer: “não há liberdade de comunicação sem leis!”. Sabemos muito bem que, desde o século XVIII, a liberdade de imprensa foi protegida pelas leis. E, amanhã, para a Internet, será necessário proteger a vida privada, a criminalidade, os direitos de autor, a veracidade da informação... Tudo isto são lutas culturais fundamentais, que vão ter que ser levadas a cabo. Tenho vontade de dizer aos jornalistas: “ganharam uma luta durante dois séculos mas a batalha de hoje é muito mais difícil pois não é uma batalha clássica pela liberdade de imprensa, trata-se de uma batalha económica para evitar que a economia devore toda a liberdade de imprensa”.

Não pensa que a escola se deveria ocupar de toda esta dimensão cívica dos media?

Penso que a educação para os media deveria ser feita, o que nem sempre acontece. Julgo que se deveria fazer reflectir as crianças de forma crítica, assim como os estudantes, sobre a economia da comunicação. Mostrar-lhes as situações políticas, técnicas, o facto de no mundo haver interesses contraditórios sobre a produção da informação. Deveria ser feita uma educação crítica à comunicação nas escolas, desde cedo, não para que os alunos aprendam a ler as imagens – porque já o sabem fazer – mas para que compreendam o contexto da comunicação.

Algumas ideias que defende, como o respeito pela tradição, ou a necessidade de encarar positivamente a nação, são muito criticadas...

Por uma razão muito simples: ainda não nos apercebemos que mudámos de século, isto é, durante séculos a identidade nacional era conservadora e a

comunicação progressista, o que ainda se verifica hoje. No entanto, mudou o facto de a comunicação constituir, não só um valor de emancipação, mas também um enorme negócio económico. Este último é apologista de um único mundo, trata-se da mundialização. Desde há 30 anos que defendo que houve um corte na relação entre identidade e comunicação. A identidade traduzia-se num obstáculo para a comunicação, enquanto hoje a economia da comunicação é mundial e é imprescindível relembrar as diferenças culturais, as diferenças linguísticas e as diferenças de civilização. De facto, é por esta razão que sou totalmente favorável à existência de televisões nacionais.

Em França os governantes pediram-lhe, por diversas vezes, a sua opinião, pareceres sobre os media, a televisão... Tem estado frequentemente em Portugal e portanto já conhece a situação portuguesa. Se um Ministro pedisse a sua opinião sobre o futuro do serviço público em Portugal, o que aconselharia? Deveríamos pôr termo à RTP2?...

De forma alguma. Há cerca de 20 anos, foi preciso introduzir a concorrência entre a televisão pública e privada na Europa. Hoje, existe por todo o lado e corre-se o risco de a televisão privada ser demasiado poderosa. Em Portugal, é fundamental salvar o serviço público, dando-lhe as verbas que já lhe deveriam ter sido atribuídas e a possibilidade de fazer concorrência. Actualmente têm dois canais generalistas privados e dois canais generalistas públicos, o que é de felicitar como sistema. No entanto, é necessário dar os meios financeiros à televisão pública. O que ainda não se percebeu na Europa é que a televisão acarreta enormes custos e que é absolutamente necessário que a

televisão pública possa ter meios para produzir emissões da mesma qualidade que a televisão privada. Tenho a certeza de que, se se derem os meios financeiros para a televisão pública fazer os seus programas, a certa altura isso dará lugar a uma renascença da televisão pública que assim poderá fazer inúmeras coisas que a televisão privada não pode fazer. Dizia há pouco que a Internet complementa a televisão. Com o mesmo raciocínio chego à conclusão de que a televisão privada complementa a televisão pública. A televisão privada pode servir de estímulo à televisão pública mas não se pode destruir, de forma alguma, a televisão pública. Aliás, a força da Europa reside no facto de ter as duas em simultâneo. Portugal não deveria acabar com o canal de serviço público mas dar-lhe os meios indispensáveis para este poder trabalhar.

Diz-se que o canal público faz o mesmo que o privado...

Esta crítica existe um pouco por toda a Europa pois, durante 20 anos, os canais públicos deixaram de ser originais e assemelhavam-se aos canais privados. Evidentemente que são parecidas na medida em que há um mercado de concorrência. Todavia, julgo que os programas são algo diferentes...

Onde se deveria centrar a diferença entre os canais públicos e privados?

Antes de mais, o espectro dos programas deveria ser mais abrangente, isto é, o serviço público deveria dirigir-se a mais categorias de pessoas em termos de idade, de comunidade, de critérios culturais. Em segundo lugar, deveria garantir uma maior abertura à informação. Em terceiro lugar, fazer muito mais documentários. Em quarto lugar, preocupar-se em transmitir mais emissões históricas. Em quinto lugar, debruçar-se sobre mais emissões que não tenham uma grande audiência mas cuja importância exija a sua existência. Isto é, o serviço público deve ter o maior leque de programas pois deve garantir a igualdade no seu acesso e facilitar a comunicação para todos. Inversamente, a televisão privada preocupa-se em ganhar dinheiro e não com a generalidade das pessoas. Se ela ganha dinheiro com três ou quatro programas, só fará três ou quatro programas. É necessário reforçar em Portugal, como noutros países, a televisão pública e não cair no contra-senso de a enfraquecer, porque se o fizermos teremos uma televisão privada cada vez mais arrogante que vai impor a tirania do dinheiro.

Lisboa, Abril de 2002

Dos Efeitos à Recepção: Algumas pistas de leitura

Isabel Ferin Cunha

Para compreender o conjunto de estudos sobre as formas de recepção das mensagens torna-se necessário, primeiramente, retomar as teorias da comunicação sobre os efeitos das mensagens emitidas pelos meios de comunicação.

As teorias sobre os efeitos das mensagens veiculadas pelos meios de comunicação, sobre a sociedade em geral, e sobre os indivíduos em particular, foram desenvolvidas a partir do século XIX e têm múltiplas filiações teóricas. Não sendo objectivo desta exposição vale a pena, contudo, mencionar que nesta perspectiva teórica, independentemente das abordagens e das escolas, o paradigma se situa na análise das mensagens, implicando uma relação causal – por vezes mitigada por variáveis mediadoras – entre as mensagens e os efeitos.

A preocupação com os efeitos das mensagens massificadas está presente nos estudos clássicos dos finais do século XIX, sobre a opinião e a sociedade de massa, desenvolvidos por Gabriel Tarde e Gustave LeBon. Num outro contexto, em Inglaterra, Mathew Arnold e T.S. Elliot irão explicitar preocupações semelhantes sobre os efeitos desta massificação sobre a cultura e a organização da sociedade. Duas décadas mais tarde, a questão dos efeitos dos *Media*, e das indústrias culturais, que lhes estão associadas, farão parte integrante das teses da Escola de Frankfurt, ao mesmo tempo que, nos Estados Unidos, a *Communication Research* formula, com base em estudos empíricos – sobre mensagens políticas e de bens de uso quotidiano – diversas propostas sobre o seu impacto nas mudanças sociais e nos comportamentos individuais. Devem ser lembradas, dentro de uma perspectiva cronológica, as teorias dos efeitos directos e as investigações de Lippman entre 1920-30, os trabalhos de Katz e Lazarsfeld, sobre os efeitos limitados, as teorias do reforço iniciadas também por Lazarsfeld e continuadas por Kappler, sobre a percepção selectiva das audiências, nas décadas de 1950-60, bem como as teorias dos efeitos cognitivos desenvolvidas a partir dos anos 70.

Ao mesmo tempo, Elihu Katz, Jay Blumler e Michael Gurevitch, retomando pesquisas anteriores expõem uma outra abordagem, centrada no receptor, iniciando um percurso para um novo paradigma que se designou Usos e Gratificações. Para estes autores, a investigação deve focar o consumidor das mensagens e não as mensagens em si, na medida em que são aqueles que

seleccionam quer os meios de comunicação que utilizam, quer as mensagens que mais lhes interessam. Esta linha de investigação, que obedece à sequência pessoa – mensagem escolhida – uso e efeito, toma como pressuposto que os membros da audiência são activos, seleccionando e utilizando as mensagens e os meios de comunicação em função das suas necessidades individuais. Por outro lado, os mesmo autores consideram que as mensagens emitidas pelos *Media* concorrem com outras fontes de satisfação de necessidades, existentes na sociedade, sendo que, para compreender os processos de selecção, é necessário estabelecer relações entre o entorno cultural dos indivíduos e a sua utilização dos *Media*. Na sequência destas elucubrações os efeitos decorreriam, principalmente, das características psicológicas, sociais e culturais dos utilizadores dos *Media*.

Nestes debates defrontam-se duas tradições de pensamento e investigação, o funcionalismo americano – dominante na *Communication Research* e mais próximo dos efeitos limitados – e a Teoria Crítica, herdeira em muitos aspectos da Escola de Frankfurt, sempre próxima da concepção dos efeitos *todo poderosos*. Ao mesmo tempo, não se deve dissociar os ciclos políticos e económicos dos países ocidentais desta discussão, bem como o crescente papel assumido pela televisão. Os *Cultural Studies*, um conjunto de estudos heterogéneos, iniciados na Grã-Bretanha nos anos 50-60, vão propor novas leituras sobre o impacto dos *Media* na sociedade e centralizar, principalmente a partir da década de 80, as suas investigações nas audiências, assumindo a sua dupla herança frente às teorias críticas e aos estudos empíricos funcionalistas.

As teorias sobre as audiências, utilizando métodos quantitativos, qualitativos ou ambos, irão centrar-se na análise das mensagens como manifestação de um texto cultural e na produção social do sentido fabricado no momento da recepção. Para estes autores, os *Media*, e sobretudo a televisão, não são a causa da cultura, mas são um texto onde estão presentes e emergem indicadores de Cultura(s) e História(s) anteriores. Ao mesmo tempo, a recepção das mensagens é entendida como um acto social onde convergem contextos e práticas culturais e comunicacionais, fazendo-se, através da negociação, a definição da realidade social.

Refere-se como marco destas investigações o modelo de Stuart Hall, proposto no artigo *Encoding and Decoding Television Discourse*, em 1973, que procura explicar o processo de codificação e descodificação das mensagens e negar a participação passiva das audiências na recepção. Se o objectivo deste modelo era, sobretudo, demonstrar o poder ideológico das mensagens (a hegemonia dos discursos dominantes), principalmente na televisão, a sua principal contribuição para a análise da recepção foi decisiva ao enunciar três atitudes fundamentais dos receptores frente à recepção das mensagens: uma atitude de aceitação e conformidade, demonstrando a adesão à mensagem dominante, uma atitude oposicional correspondente a uma rejeição, uma atitude negociada,

manifestação de um tratamento particular e individual dos sentidos codificados nas mensagens.

Assim, é só com a diversificação de perspectivas de investigação (utilização de diferentes metodologias) e de objectos (análise de segmentos específicos da população, grupos minoritários, grupos étnicos, famílias, mulheres, etc.) que se dará maior ênfase aos estudos sobre as audiências no contexto da recepção. Não sendo possível focar todos estes estudos realizados ao longo destas últimas duas décadas, primeiro na Grã-Bretanha (no *Center of Contemporary Cultural Studies*, em Birmingham e no seio do *Glasgow Media Group*) e depois um pouco por todo o mundo, cingimo-nos a seis obras, no nosso entender fundamentais para compreender a progressão e tendências destes estudos.

Um dos primeiros estudos que analisou as interpretações realizadas pelas audiências, focou um programa de notícias de cunho regional e humanista, *Nationwide*, apresentado na BBC durante o *early evening*. Este estudo, desenvolvido por David Morley, foi iniciado na década de setenta,¹ em continuação de um anterior,² e explora o modelo de codificação / descodificação de Stuart Hall. Morley toma como ponto de partida os pressupostos deste autor, isto é, que os espectadores ao assistirem a este programa de televisão tendem a aceitar, rejeitar ou negociar as mensagens codificadas, num processo de descodificação realizado em função dos seus interesses de *classe*, voltando, em seguida, a codificar essa mesma mensagem em função do seu *status* e dos seus interesses políticos e sociais. Morley entrevistou vinte e oito grupos de indivíduos, não como indivíduos em si mesmos, mas como membros de grupos de actividades, aspirações e expectativas (por exemplo gestores, professores, políticos, estudantes universitários, estudantes universitários negros, trabalhadores), com o objectivo de detectar as suas leituras do programa. A pesquisa chega à conclusão de que os espectadores oriundos de sub-culturas opostas às estruturas sócio-políticas dominantes detectam facilmente as origens dos referentes nas mensagens, realizando reconstruções dos eventos à sua medida. Contudo, Morley irá negar a correlação, estabelecida por Hall, entre um certo tipo de descodificação ideológica e a pertença a uma determinada classe social. Para este investigador, as descodificações e as reconstruções efectuadas pelos espectadores são pessoais e estão muito mais próximas das histórias sociais, familiares e individuais de cada um, bem como da sua condição de género.

Na perspectiva da análise das audiências, um outro texto importante é o estudo da holandesa Ien Ang, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, publicado inicialmente em Amesterdam, em 1982, e depois em Londres em 1985.³ Este trabalho vai incidir não mais sobre a codificação e descodificação das notícias na televisão, mas sobre uma série americana exibida em *prime-time*, um género televisivo considerado menor pela qualidade e pelas

audiências que captava. Mais ainda, *Watching Dallas* vai debruçar-se sobre as audiências femininas, o que já fora feito anteriormente por autoras feministas britânicas – e trazer para o espaço acadêmico de debate a especificidade das mulheres enquanto espectadoras na Holanda de uma série produzida para um público localizado nos Estados Unidos. Para construir o seu *corpus* de análise, a autora publicou um anúncio numa revista holandesa de mulheres, manifestando o seu interesse pela série americana Dallas, e solicitou que lhe escrevessem dizendo porque gostavam (ou não gostavam) de assistir a este programa. Com base em quarenta e duas cartas recebidas, organiza os quatro capítulos do seu trabalho subordinados às temáticas realidade e ficção, imaginação melodramática, ideologia da cultura de massas e feminismo. Nesta análise em que alternam as observações das telespectadoras e os debates mais candentes dos estudos culturais, sobressaem as seguintes constatações: as audiências obtêm prazer na fruição de determinados géneros populares, as leituras provenientes dos *textos* produzidos pela cultura de massas não são necessariamente simplificadas, as ficções populares destinadas a audiências femininas não são forçosamente patriarcais, as audiências fazem uma clara separação entre realidade empírica e realidade psicológica e emocional, a adesão a uma imaginação melodramática manifesta uma recusa em aceitar a insignificância da vida quotidiana imposta à generalidade das mulheres, a cultura de massa pode implicar qualidades estéticas e éticas.

Durante toda a década de 80 e na de 90, muitos outros estudos empíricos de natureza qualitativa foram realizados sobre as audiências e as peculiaridades da recepção, com grandes implicações teóricas e políticas. Sistematizando estes trabalhos, quatro tendências podem ser enunciadas: 1) as que se debruçam sobre géneros jornalísticos e identificam, na descodificação, elementos relacionados com a classe e os antecedentes sócio-económicos das audiências; 2) pesquisas centradas na recepção como fonte de prazer e fruição da cultura de massa, enfatizando as particularidades do género feminino, as relações familiares e os percursos individuais; 3) um grupo de estudos, fundados na psicanálise, privilegiando a relação entre os usos dos *Media* e a afirmação das identidades de género; 4) estudos interessados em identificar as particularidades de recepção entre grupos étnicos e culturas específicas, frente aos discursos veiculados pelos *Media*.

Na América Latina, os estudos culturais centrados nas práticas quotidianas criadas em torno das indústrias culturais e da utilização dos *Media*, emergem nos finais da década de 80, embora herdeiros de uma outra dinâmica, simultaneamente fundamentada nas teorias da dependência e nas teorias críticas. A Jesus Martin-Barbero (espanhol radicado na Colômbia) e a Nestor Garcia Canclini (mexicano) são atribuídas as reflexões mais importantes sobre o papel

transformador dos meios de comunicação e das indústrias culturais nas sociedades e nas culturas latino-americanas.⁴ A obra teórica de Martin-Barbero, *Dos meios às mediações*,⁵ elaborada como súpula de muitos estudos teórico-empíricos anteriores realizados na América de língua espanhola, apresenta três partes distintas. Na primeira parte, intitulada *Povo e Massa na Cultura, os marcos do debate*, o autor faz uma incursão pela história das ideias, da literatura, da filosofia e pelos movimentos políticos do século XIX que deram origem ao conceito de povo, de massa e de sociedade de massa, bem como ao conceito de indústrias culturais e de hegemonia cultural. Na segunda parte, intitulada *Matrizes históricas da mediação de massa*, debruça-se sobre as questões do Estado-Nação e da cultura, do folclore e do popular (descriminando os géneros de maior impacto) e dos primeiros meios de comunicação de massa. Na terceira parte, denominada *Modernidade e Mediação de Massa na América Latina*, encontram-se as reflexões mais originais para os estudos culturais na América Latina, ao abordar o descompasso entre Estado-forte e deficit-Nação, o papel dos meios massivos na formação das culturas nacionais, o nascimento do hibridismo cultural e a importância das mediações (escola, família, igrejas, associações) na reconstrução e apropriação de sentidos. A introdução do conceito mediação/mediações vem negar o controlo hegemónico dos *Media* e das indústrias culturais sobre o popular, as culturas e as classes, afirmando que o desenvolvimento dos *Media* e dos conteúdos está mais vinculado às formas de apropriação que à introdução de novas tecnologias, novas políticas culturais e novos conteúdos. Assim as mediações, realizadas em contextos de comunicação interpessoal, constituem pontos de articulação entre os processos de produção dos *Media* e das indústrias culturais, e os processos de utilização quotidiana dos mesmos. Nesta articulação, onde existem múltiplas trocas entre narrativas de diversas procedências culturais, as audiências constroem e reconstróem, continuamente, e em função dos seus interesses e necessidade, as suas identidades singulares e colectivas.

Já na década de 90, um outro estudo de carácter teórico e empírico realizado por Roger Silverstone,⁶ na Grã-Bretanha, irá focar as audiências em função da centralidade da televisão na sociedade actual, abordando quer a produção, quer as formas de recepção e os seus contextos. Na obra *Television and Everyday Life*, de 1994, Silverstone procura analisar a dinâmica social, cultural e individual que se desenvolve em torno da televisão, abordando em sete capítulos as seguintes temáticas: a televisão, ontologia e objecto definidor de mudanças; a televisão como lugar onde nos sentimos em «casa»; a sub-urbanização da esfera pública; o sistema tele-tecnológico; televisão e consumo; as audiências; televisão, tecnologia e vida quotidiana. No tratamento destas temáticas o autor realiza uma revisão da literatura e dos conceitos desenvolvidos nos Estados Unidos e

na Europa, sobre Media, Cultura e Sociedade, desde os anos 20 do século XX, dando particular ênfase às tensões desencadeadas pela televisão na vida quotidiana, nomeadamente no que se refere à criação, alienação, domesticação e política. As audiências surgem aqui focadas de diversos ângulos, na medida em que constituem o lar e a família, promovem a domesticação das tecnologias através dos usos do aparelho e das apropriações dos conteúdos veiculados, reforçam a natureza errante da recepção ao mesmo tempo que impulsionam hibridismos políticos e culturais. Crítico dos rumos que tomaram, mais recentemente, os estudos de audiências e da recepção, Silverstone afirma que existe uma tendência em privilegiar as metodologias em detrimento do objecto, afirmando, em concordância com outros autores, que o estudo das audiências é cada vez mais problemático na medida em que qualquer investigação terá consequências em termos políticos e económicos. Na sua perspectiva, os estudos de audiência devem admitir o poder da televisão, reconhecer as relações sociais e culturais complexas que envolvem as audiências, não se circunscreverem à análise de um conjunto pré-construído de indivíduos nem a grupos sociais definidos rigidamente. Estes estudos devem, sim, inserirem-se numa teoria mediadora da audiência televisiva recorrendo a todos os indicadores (sociais, psicológicos, antropológicos, filosóficos, etnográficos, geográficos, etc.) disponíveis de forma a captar, compreender e interpretar, da forma mais completa possível, a totalidade das práticas e discursos quotidianos, dentro dos quais se realiza o acto de recepção/visualização da televisão.

Os desafios lançados pela investigação interdisciplinar dos *Cultural Studies* levaram ao desenvolvimento de grande número de estudos teórico-empíricos, ou empíricos, com base em métodos quantitativos e qualitativos, centrados quer na análise das mensagens quer na análise das audiências e na recepção. Nesta última perspectiva, estas investigações não só utilizaram e desenvolveram metodologias quantitativas, assentes em análise estatística de comportamentos e conteúdos (sondagens, entrevistas, questionários, etc.), como promoveram estudos qualitativos fundados em princípios inerentes ao interaccionismo simbólico, à etnometodologia e às teorias dos usos e gratificações (análise de grupos restritos, observação participativa, entrevistas em profundidade, *focus group*, etc.).

Em meados da década de 90, o finlandês, Pertti Alasuutari⁷ publicou o manual *Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies* que, não sendo um trabalho sobre as audiências, constitui uma sistematização das metodologias qualitativas desenvolvidas pela perspectiva analítica dos *Cultural Studies*. Partindo do princípio de que o objectivo da pesquisa é a explicação, e a problematização, dos múltiplos sentidos dos fenómenos sociais, designa esta orientação teórica e metodológica como *construtivismo social* e considera ser legítimo, em função dos objectivos definidos, o uso de todas as teorias e métodos disponíveis

nas ciências sociais e humanas. Esta estratégia de pesquisa a que chama *bricolage*, enfatiza o carácter inovador da pesquisa dos *Cultural Studies*, impulsionando novos pontos de vista científicos e públicos sobre os fenómenos sociais. Três partes constituem este manual. Na primeira parte, *A Pesquisa Qualitativa e os Cultural Studies*, o autor define em dois capítulos o que é a pesquisa qualitativa e o que são os *Cultural Studies*, fazendo no primeiro capítulo referência às diferenças existentes entre uma pesquisa quantitativa e uma pesquisa qualitativa, e discriminando, no segundo capítulo, os conceitos mais importantes, elaborados no âmbito destes estudos, que geraram novas necessidades metodológicas. Na segunda parte, designada *A Produção das Observações*, foca a estruturas teórica e o método deste tipo de pesquisa (capítulo 4), referindo-se à perspectiva factual e à criação de indicadores (capítulo 5), à identificação de distinções culturais (capítulo 6), à narratividade e à pesquisa social (capítulo 7), bem como à perspectiva da interacção na elaboração de entrevistas pessoais e de grupo (capítulo 8), às estruturas de interacção na conversação e na comunicação interpessoal (capítulo 9) e, finalmente, como se procede à tabulação de dados em pesquisa qualitativa (capítulo 10). Na terceira parte, *As Interpretações*, Alasuutari segue o percurso da descoberta, ao consagrar o capítulo 11 à explicação, em contextos diferenciados, dos dados obtidos. Nos capítulos 12, 13 e 14 segue-se o processo de generalização das interpretações, a confrontação das hipóteses de investigação com os resultados obtidos e as explicações teóricas, com vista à validação final e início de uma outra pesquisa. A abordagem deste autor proporciona parâmetros importantes para o estudo das audiências ao definir com clareza o percurso da investigação qualitativa, desde o planeamento da pesquisa até à avaliação dos conhecimentos obtidos, passando pela geração e análise de dados.

Iniciada em 1997 e publicada em 2002, a investigação *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*,⁸ realizada em São Paulo, com quatro famílias (duas famílias populares, uma família de classe média e uma família de classe média alta⁹) sobre a telenovela da rede Globo *A Indomada*, constitui um marco importante para os estudos das audiências na perspectiva da recepção. Trata-se de um trabalho multidisciplinar que procura, no dizer das autoras e do prefaciador, traduzir a proposta teórica das mediações, de Martin-Barbero, em estratégias de pesquisa empírica através de uma longa e sistemática exploração metodológica. Reivindicando as singularidades da pesquisa latino-americana frente às suas congéneres internacionais, as investigadoras criticam quer a excessiva autonomização da esfera cultural, quer o insatisfatório nível descritivo e acrítico, presentes nos trabalhos internacionais mais recentes, os quais ignoram, como afirma Martin-Barbero, que *a recepção é parte tanto de processos subjectivos quanto objectivos, de processos micro, controlados pelo sujeito,*

e macro, relativos a estruturas sociais e relações de poder que fogem ao seu controle. Assumindo o pressuposto teórico de que a recepção é, antes de mais, uma perspectiva de investigação integradora, as autoras constroem uma estratégia metodológica multidisciplinar, pensada a partir de quatro lugares de mediação (o quotidiano familiar, a subjectividade, o género ficcional e a videotécnica) articulados em função do nível de inserção estrutural, da fonte, do lugar e do discurso. A investigação é apresentada em duas partes. Na primeira parte, *A construção teórico-metodológica da pesquisa*, as autoras desenvolvem a perspectiva teórica das mediações fazendo uma revisão de literatura sobre os estudos dos efeitos, das audiências e da recepção (capítulo 1), em seguida debruçam-se sobre as questões metodológicas, focando os procedimentos que originaram a criação e aplicação de estratégias metodológicas multidisciplinares (capítulo 2). Na segunda parte, *Vivendo com a telenovela*, descrevem o universo da pesquisa, a partir da tele-realidade das famílias e da visualização e reconstrução da telenovela (capítulo 3), analisando no último capítulo (capítulo 4) as mediações no processo de recepção da telenovela, tendo em conta os quotidianos familiares organizados em função do consumo dos meios, da assistência de TV e de telenovela, e dos contextos de recepção. Tratando-se de uma abordagem multifacetada e de carácter globalizante que procurou, com base nos quotidianos de quatro famílias, analisar e teorizar os processos de recepção, convém ressaltar os seguintes aspectos inovadores: a contextualização da recepção em processos complexos de consumo cultural diversificado; a constatação da existência de um repertório compartilhado de temas, comum às famílias, independentemente das memórias familiares particulares; as relações que se estabelecem entre género, classe social, outros meios de comunicação (rádio, revistas e computador) e a competência em descodificar a telenovela; o papel socializador e politizador exercido pela telenovela, sobretudo nas duas famílias populares. Convém ainda ressaltar a utilização de práticas metodológicas multidisciplinares, qualitativas e quantitativas, assistidas por *software* específico.

Notas

¹ Morley, D. (1980) *The Nationwide Audience*, Londres, British Film Institute.

² Morley, D. e Brundsdon, C. (1978), *Everyday Television: Nationwide*, Londres: British Film Institute.

³ Ang, I. (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Londres: Methuen.

⁴ Escosteguy, A. C. (2001) *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana*, Belo Horizonte: Autêntica.

⁵ Martim-Barbero, J. (1997) *Dos Meios às Mediações: Comunicação, cultura e hegemonia*, Rio de Janeiro: Editora UFRJ. A primeira edição foi publicada em Barcelona, em 1987, na Editorial Gustavo Gili.

⁶ Silverstone, R. (1994) *Television and Everyday Life*, Londres, Routledge.

⁷ Alasuutari, P. (1995) *Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies*, Londres: Sage.

⁸ Lopes, M. I. V., Simões Borelli, S. H. e Rocha Resende, V. da (2002) *Vivendo com a Telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*, São Paulo: Summus. Prefácio de Jesus Martim-Barbero.

⁹ Tipologia da equipa de investigação.

Érik Neveu (2001) *Sociologie du journalisme*, Paris, La Decouverte

Estrela Serrano

Érik Neveu propõe-nos uma história social do jornalismo que surge estruturada em sete capítulos: a génese da profissão, a evolução da sua morfologia, os quadros e os constrangimentos organizacionais em que se desenvolve o exercício do jornalismo, a escrita jornalística como forma específica de discurso, os poderes do jornalismo, as crises e a renovação do jornalismo. Para cada um destes aspectos o autor apresenta dados que permitem uma comparação entre o jornalismo francês e o anglo-americano.

Segundo Neveu, o séc. XX suscitou uma verdadeira mitologia do jornalista – desde confidente de poderosos, investigador capaz de descobrir os segredos mais escondidos, eminência parda, ao prestígio do escritor. A actividade jornalística tem suscitado, desde o seu aparecimento, inúmeros debates, de que são exemplo a cobertura das guerras do Golfo, do Kosovo e do Afeganistão, que vieram levantar questões como a manipulação da informação por parte dos governos e das autoridades militares. Por outro lado, a evolução da cobertura das campanhas eleitorais, convertidas em “corridas de cavalos”, a cobertura da vida privada de figuras públicas, a contaminação das notícias por interesses económicos, fizeram surgir interrogações sobre a responsabilidade social do jornalismo, em especial, sobre a sua contribuição para o desencanto dos cidadãos face à política e à democracia.

Para Neveu, a emergência de uma imprensa livre está historicamente ligada à construção dos regimes democráticos, pelo que o jornalismo não é, apenas, uma profissão, mas também um caminho da democracia, como o prova o lugar conferido à liberdade de imprensa nas constituições de inúmeros países. Contudo, a existência de uma imprensa livre não garante, automaticamente, um acesso ao debate público por parte de todos os grupos sociais. Neveu situa

na Grã-Bretanha e, sobretudo, nos EUA a origem das práticas jornalísticas que são, hoje, a norma de referência no sector, referindo cinco aspectos caracterizadores do modelo anglo-americano: em primeiro lugar, a centralidade do factual que Neveu liga a um segundo traço do jornalismo anglo-saxónico: o predomínio do discurso da objectividade, construído à volta da ideia de restituição dos factos, separando informação e comentário. Em terceiro lugar, o utilitarismo, desenvolvido desde o séc. XIX, nos EUA, através de uma imprensa que responde a necessidades práticas e quotidianas, inclinada para o mundo agrícola, em particular. Um quarto traço do jornalismo anglo-americano decorre do estatuto da imprensa como actividade empresarial. A concentração da imprensa reflecte o desenvolvimento mais rápido do capitalismo nos países anglo-saxónicos. Finalmente, a profissionalização, ligada à consolidação da liberdade de imprensa e à lógica empresarial contribui, segundo Neveu, “para uma profissionalização forçada”.

Para Neveu, o jornalista americano não é “um meio artista” ou um membro partidário, mas um assalariado pago pelo seu rendimento. A sua remuneração depende da originalidade das informações recolhidas. Esta racionalização comporta um saber fazer profissional baseado em técnicas, capacidades de pesquisa e escrita normalizada. Neveu confronta a matriz identificadora do jornalismo anglo-saxónico com a “singularidade inicial do jornalismo francês” – um jornalismo sem jornalistas – até ao nascimento da imprensa popular, na Belle Époque. Os artigos são redigidos por colaboradores da imprensa que não vivem a sua actividade como uma profissão a tempo inteiro, com os seus próprios saberes e a sua lógica de carreira. Trabalhar para um jornal é, então, uma posição de espera, espécie de antecâmara para as verdadeiras carreiras da literatura e da política. Os títulos que fazem descolar uma imprensa de massa dispõem de um produto de apelo – o folhetim escrito por figuras célebres como Balzac, Dumas, Hugo. De Zola a Camus essa tradição de cooperação permanece como um traço do jornalismo francês, em que os monstros sagrados associam a figura do escritor à do repórter.

A segunda marca do jornalismo francês é política, diz Neveu. A maioria dos títulos identificam-se com sensibilidades políticas e, mais tarde, com partidos. Esta tradição inscrever-se-á na prática profissional. A permeabilidade da imprensa francesa à política ilustra-se pela eficácia das táticas de repressão, corrupção e influência desenvolvidas pelos governos. O audiovisual confirmará esta tendência. Segundo o autor, a dimensão de *news-gathering* fica sempre pouco desenvolvida. A excelência profissional baseia-se no controle, no brio do estilo e na capacidade de defender uma linha editorial. Os conteúdos redactoriais – valorizando críticas, bilhetes e crónicas – traduzem o peso do comentário, de um meta-discurso sobre a actualidade que privilegia a expressão das opiniões e

transforma o acontecimento em pretexto para exercícios de estilos brilhantes e desenvoltos. “Um profissionalismo tardio e inacabado” caracteriza o jornalismo francês, afirma Neveu.

Partindo da sociologia funcionalista sobre o conceito de profissão – que pressupõe a existência de condições formais de acesso à actividade, monopólio sobre a actividade que rege, uma cultura e uma ética, enfim, uma comunidade real, cujos membros lhe consagram o essencial da sua energia social e que estão conscientes de possuir interesses comuns – Neveu reconhece a dificuldade de aplicar esta grelha ao trabalho jornalístico, o que o leva a falar de “ambiguidades”, relativamente à sua “profissionalização”. Neveu analisa, também, a morfologia dos jornalistas franceses, apontando a sua expansão como o traço mais saliente, ao qual se seguem a subida do nível de formação, a feminização e a precaridade. Sobre a formação intelectual dos jornalistas afirma que é próxima da das elites políticas e económicas.

Neveu considera que a análise das interações nas salas de redacção e das relações com as fontes constitui um dos meios mais fecundos para compreender o trabalho jornalístico, afirmando que, como muitas outras actividades sociais, o jornalismo ilustra as problemáticas weberianas da racionalização burocrática. Segundo o autor, a divisão de tarefas jornalísticas remete para especializações temáticas e funcionais. Exemplificando, refere que a *régie* publicitária é uma espécie de serviço financeiro estratégico. A superfície redaccional disponível é objecto de arbitragens entre os serviços de publicidade e a redacção, ao ponto de uma determinada rubrica poder ser reduzida para dar lugar a um anúncio rentável. O serviço jurídico pode, também, ter uma palavra a dizer, se entender que um determinado artigo vai provocar um direito de resposta, ou dar origem a um processo por difamação, ou atentado à vida privada. O conhecimento das práticas de leitura produz efeitos palpáveis nas publicações, nas quais o peso das rubricas e o estilo visual se encontram formatados em função de análises dos comportamentos dos leitores e das audiências.

Sobre a escrita jornalística, Neveu refere que, apesar de as tradições académicas do estudo do jornalismo reservarem aos semiólogos o estudo do discurso jornalístico e considerarem o discurso jornalístico como um facto literário, as formas de escrita jornalística ganham em ser estudadas, também, como resultado de um sistema de interdependências. Para Neveu, é necessário pensar sociologicamente o trabalho de narrativização sem que isso implique, nem denegação do contributo das disciplinas semiológicas, nem a ocultação das competências expressivas próprias de cada jornalista. É nesse sentido que o autor fala de uma ordem específica de discurso que o modelo americano e inglês de jornalismo institucionalizou num conjunto de regras de escrita, interiorizadas pelos jornalistas e controladas pelas chefias. Trata-se da

objectividade, como reivindicação de uma descrição verificada e neutra de factos, separação entre factos e comentários. É uma escrita sob constrangimento, de quadros narrativos móveis, sobre a qual incidem três tipos de forças: as condições de trabalho e de produção (relação com o tempo, as fontes, etc.); as estratégias comerciais da empresa de comunicação (quanto aos objectivos que fixa, aos seus lucros e ao proveito social do público); e os quadros narrativos inerentes à posição estatutária do jornalista (escrever editoriais supõe uma posição hierárquica).

Referindo-se aos “poderes do jornalismo”, o autor refere que esse poder é identificado muitas vezes com uma capacidade de influência imediata, apesar de poder esconder outros efeitos poderosos, devendo ser redefinido. Daí que se interrogue sobre se o “poder dos jornalistas” não será, de facto, um poder exercido por uma rede de protagonistas que se não confina aos titulares duma carteira profissional de jornalista.

Para Neveu, os imperativos comerciais no seio do grupos de imprensa fragilizaram a autonomia do trabalho jornalístico. Essa evolução é acompanhada de desvios deontológicos, o que, por seu turno, contribui para a degradação da imagem social dos jornalistas. Neveu considera, contudo, que a profissão saberá inovar entre a pressão comercial e o distanciamento reflexivo sobre os constrangimentos encontrados. Em estilo de conclusão, Neveu afirma que o jornalismo não é uma profissão liberal de informação, nem o equivalente ao escritor da actualidade. Os jornalismos – o plural impõe-se, diz Neveu – só são inteligíveis quando colocados numa sociologia do trabalho e das organizações.

Todd Gitlin (2001), *Media Unlimited*, New York: Metropolitan Books

Carla Baptista

Todd Gitlin, professor de Sociologia e Jornalismo na Universidade de Columbia, Nova Iorque, e autor de vários livros, recorre a alguns dados estatísticos para reforçar a sua tese principal: os media transformaram-se numa “torrente constante com imensa força” que continuamente invade as nossas casas, ao ponto de se terem tornado uma experiência central da vida presente.

Segundo um inquérito a nível nacional, citado no texto, 99 por cento das crianças norte-americanas entre dois e oito anos vivem em casas com uma ou mais televisões, gravadores vídeo, aparelhos para ouvir CD's e pelo menos um computador.

Esta paisagem mantém-se relativamente uniforme, independentemente de critérios como a raça, o sexo ou o rendimento do agregado familiar. Tudo o resto varia mas o acesso aos media está perfeitamente democratizado: ricas ou

pobres, brancas, negras, hispânicas ou asiáticas, todas as crianças vêem televisão e escutam rádio.

Muitas (42 por cento) até vivem em casas que o inquérito apelidou de “lares de televisão constante” porque o aparelho está sempre ligado, frequentemente no quarto das crianças.

Quanto mais baixo é o rendimento familiar e o nível de educação escolar do agregado, maiores são as hipóteses da televisão estar sempre ligada. O número de horas passado a ver televisão – que, em média, é de seis horas e 42 minutos por criança – sobe para as sete horas e trinta e cinco minutos no caso dos adolescentes negros oriundos de famílias pobres.

Em comparação, o tempo passado a ler livros, jornais ou revistas não excede os 45 minutos por dia. Na Europa, as crianças tendem a ver menos televisão: “apenas” duas horas e um quarto, em média.

Esta mega exposição ao universo da cultura popular força uma paradoxal convivência com “estranhos familiares”. As personagens das séries televisivas, dos concursos, dos desenhos animados, das telenovelas, são muitas vezes avaliadas e percebidas como pessoas reais e até agentes morais.

O mundo imaginário está povoado dessas irrealidades (o autor chama-lhes presenças manufacturadas) que circulam de história em história, desaparecem numas para reaparecerem noutras, num fluxo sem fim.

Sejam “hiper-reais”, produtos de uma “falsidade perfeita”, como Umberto Eco lhes chamou, ou “simulacros” do real, cópias daquilo que nunca existiu, na expressão de Jean Baudrillard, os media foram tão investidos de plausibilidade, verosimelhança e humanidade, que passaram a referentes.

Todd Gitlin interroga a origem deste fluxo ou torrente de imagens. O desejo individual pelas imagens, pelo sonho e por um certo sentido de domínio da realidade sempre existiu. Mas foi a sociedade moderna, com as suas conquistas técnicas e económicas, que disponibilizou uma enorme oferta de produtos audiovisuais a baixo custo.

Doravante, ao cidadão moderno, além do direito de votar, casar, pensar e agir como quiser, dentro dos limites legais, assiste também o direito de ver televisão 24 horas por dia, se o desejar!

O império dos media “ilimitados” foi construído em torno de um objectivo que Todd Gitlin disseca muito bem: Distrain. Mas distrair de quê, pergunta o autor? De Deus? Da Morte? Dos fardos da sociedade industrial? Da Dor? Da Subjugação? A resposta à pergunta revela o que cada um de nós valoriza.

Karl Marx morreu em 1883, quatro antes de ter sido registada a patente do gramofone e 12 anos antes da primeira longa metragem. Sem nunca ter escutado música gravada ou ido ao cinema, Marx compreendeu muito bem que o capitalismo exigia a distração das massas. É nesta perspectiva que banuiu a

religião, mais uma forma de diversão e identificou um tipo muito peculiar de irracionalidade popular, a que chamou “o fetichismo das mercadorias”.

Marx não foi, segundo Todd Gitlin, suficientemente radical. Obcecado pela natureza exploradora da produção, olhou para o consumo apenas de uma forma instrumental: um modo de fazer circular as mercadorias. A satisfação momentânea propiciada pela posse de um objecto era, para o marxismo, apenas uma forma de distração das condições reais de existência? Mas o que é a existência real, hoje?, questiona o autor no livro.

Enquanto para Marx ainda existia um mundo real, onde se podia agir politicamente, esse mundo hoje está colonizado pelo desejo e nele só nos podemos divertir (“to play”). Se não for fonte de prazer, o mundo não existe ou, pelo menos, a sua existência pode ser obliterada.

A cultura moderna, em que os valores concretos da vida foram mediados pelo valor do dinheiro, em que as relações humanas se alargaram ao mesmo tempo que se despersonalizaram, criou este paradoxo: uma busca pelos sentimentos ditos verdadeiros.

Existe o mundo dos objectos, das externalidades, e existe o mundo interior do indivíduo. A capacidade de sentir prazer, desgosto ou qualquer tipo de emoção, passou a estar dentro de nós e coloca mais um tremendo problema de gestão: sentir demais ou de menos pode desordenar o processo de integração e aceitação social.

A sociedade moderna relegou para a esfera privada o tumultuoso mundo das emoções. Na fábrica, na rua, no escritório, no mundo do trabalho, as pessoas são seres que produzem e não sentem. Em casa, são seres eminentemente sentimentais e precisam de modelos para o agir emotivo, que a televisão generosamente fornece.

A modernidade produziu uma cultura devotada ao sentimento, afirma o autor. Devotada a tornar a vida fácil e confortável, já tinha notado Alexis de Tocqueville quando, em 1830, desembarcou na América vindo da austera França. Empenhada em oferecer um espectáculo agradável que pode adaptar-se em permanência ao gosto da audiência, dirão os produtores modernos dos milhares de produtos de entretenimento que todos os dias são “torrencialmente” oferecidos aos telespectadores.

Com a miniaturização dos artefactos técnicos, “o direito de partir”, que Baudelaire reivindicava, deixou de significar a perda de contacto com o mundo. O nomadismo moderno, que certamente nada tem a ver com o do século XIX, tem, no entanto, o preço da “vigilância, pago alegremente pela ilusão de poder pessoal propiciada pela “utopia omnicomunicativa” – a pretensão de controlar todas as circunstâncias sem necessidade de renunciar aos laços sociais. A definição moderna de liberdade passa muito por aqui.

Muita da vida supostamente privada (conversas telefônicas, transações comunicativas de todo o tipo) passou a processar-se no espaço público, levando o autor a dizer que, para um número crescente de pessoas, o mundo é uma espécie de “multiplex”, com várias opções e níveis desenrolando-se ao mesmo tempo, todas conectadas pela magia da electrónica.

Todd Gitlin apresenta neste livro um retrato global da sociedade moderna, em particular a norte-americana, olhado do ponto de vista dos media, tomados como condição central de um certo estilo de vida. Escrito de uma forma bastante apelativa não é, no entanto, um livro muito rigoroso e científico. Falta-lhe, por vezes, argumentação teórica que sustente as ideias impressionantes que o autor apresenta, quase como uma visão, certamente inspirada, de uma sociedade voltada para o sensorial e para o espectacular.

Barbie Zelizer e Stuart Allan, eds. (2002), *Journalism after September 11*, New York: Routledge, 268 pp.

Eduardo Cintra Torres

Journalism After September 11 reúne contributos de 16 académicos norte-americanos e britânicos avaliando se e quanto os acontecimentos do 11 de Setembro alteraram a actividade e a produção jornalísticas. Para alguns autores o jornalismo voltou aos bons velhos tempos da objectividade, para outros abandonou os princípios estabelecidos de afastamento e entregou-se a um patriotismo negativo, para outros ainda o aspecto mais marcante foi a assunção da tarefa de consolar e unir os norte-americanos.

Um voo rápido sobre os 14 artigos permite resumir os principais temas e pontos-de-vista tratados. A primeira parte capta vivências jornalísticas dos primeiros dias do evento. Na segunda, aprofundam-se os «contextos das notícias» no 11 de Setembro. A terceira parte trata das «fronteiras em mudança do jornalismo» e a quarta de «informar o trauma amanhã». Apesar desta divisão, os temas cruzam-se nos diversos textos.

Jay Rosen aproveita a sua própria vivência para reforçar o empenho no «jornalismo público». O seu artigo começa e termina com a mesma frase: «Eu moro em Nova Iorque.» Num registo usual no jornalismo anglo-saxónico contemporâneo, Rosen escreve o seu ensaio num tom quase pessoal: «Não tenho distância crítica. 11 de Setembro foi o dia em que perdi a minha filha para as notícias (...). Ela tinha quatro anos na altura.». Para o autor, o empenho da comunidade jornalística nos eventos foi positivo e mostrou que «as tendências nos media americanos» «são interrompíveis», tendo sido possível regressar-se a emissões televisivas em que «as notícias dominaram temporariamente».

Rosen refere, sem qualificar, o facto de que «os eventos do 11 de Setembro varreram as fronteiras normais separando a posição profissional do jornalista da posição pessoal (na verdade emocional) do cidadão americano». Com um distanciamento mais típico do jornalismo prevalecente do que do jornalismo cívico, Rosen termina perguntando: «Será que o 11 de Setembro mudará alguma coisa na contínua batalha para preservar a força cultural do jornalismo e reserva da democracia? Espero que sim, mas, vejam, eu não tenho distância. Eu vivo em Nova Iorque.»

Michael Schudson argumenta no seu artigo que o jornalismo do 11 de Setembro «mudou quase instantânea e inconscientemente do que Daniel Hallin chamou a ‘esfera da controvérsia legítima’ para a ‘esfera de consenso’. Uma prosa de informação tornou-se uma prosa de solidariedade e os jornalistas deliciaram-se ao ver-se abraçados pelas suas audiências, em vez de afastados.» Assinalando que há três condições sob as quais a dissensão e o ideal da objectividade se suspendem (a tragédia, o perigo e a segurança nacional ameaçada), Schudson refere que o 11 de Setembro conjugou os três.

O texto de Barbie Zelizer considera que, em tempos de crise, a fotografia permite pelo acto de «ver» aos colectivos traumatizados «prestar testemunho» e «ultrapassar» o trauma. Para a autora, o padrão fotográfico do 11 de Setembro foi o mesmo da cobertura dos campos de concentração nazis no final da II Guerra Mundial.

James Carey enquadra a cobertura do 11 de Setembro na história do jornalismo norte-americano. Depois de um período em que este afirmou a independência e a objectividade como qualidades praticáveis, tendência tão persistente que mesmo um meio destinado ao entretenimento como a TV adoptou essas regras, seguiu-se, segundo Carey, uma segunda fase, a partir do caso Watergate, em que os jornalistas «identificaram os seus interesses com os da democracia» e que ficou marcado por uma «nova arrogância da imprensa». Todavia, a isso se seguiu uma terceira fase em que os jornalistas teriam sido «incorporados no *Establishment*» e em que a a frivolidade dos anos 80 teria sido compensada com o aparecimento do «jornalismo público».

No 11 de Setembro, Carey viu duas tendências consecutivas: uma cobertura excelente, na imprensa e na TV, honrando as melhores tradições do jornalismo. Depois, «os jornalistas experimentaram a vulnerabilidade que está na origem do patriotismo e do nacionalismo.» Carey sugere uma «reforma do jornalismo» em que as organizações noticiosas têm que se libertar dos conglomerados industriais do entretenimento e da informação, para que se possa «repor os jornalistas no seu papel correcto de orquestradores de uma cultura democrática.» Afirma mesmo: «Não pode ser permitido que esta situação persista.» Todavia, a forma verbal reflexa da frase indica o quanto ela é apenas uma

proposta individual abstracta: o texto não dá qualquer pista de como tal poderia ser alcançado.

Robert W. McChesney considera que o jornalismo no seu conteúdo político foi «altamente problemático» e desequilibrado após o 11 de Setembro. Karim H. Karim trata da diabolização do Islão na imprensa norte-americana, nomeadamente no vocabulário, nos implícitos «nós» e «eles» das notícias. Regista, todavia, alguma contenção, que foi, aliás, própria da própria classe política e jornalística americana.

Stuart Allan analisa a Internet como criadora de uma multitude de vozes constituintes de uma «forma colectiva de recolha de informação colaborativa que foi muito consistente com o *ethos* animador» da rede. O artigo de Ingrid Volkmer, centrado no CNN, argumenta que os novos media desempenham um novo papel numa esfera pública globalmente alargada.

O texto de Elizabeth Bird analisa a imprensa tablóide americana nos primeiros dias do 11 de Setembro e fornece provas adicionais de que os tipos de cobertura dos tablóides e dos «sérios» continuam a aproximar-se mutuamente. Michael Bromley e Stephen Cushion encontraram a mesma tendência nas imprensas «séria» e tablóide britânicas e Annabelle Sreberny leu nos textos dos intelectuais comentadores do *Guardian* os mesmos preconceitos sobre o «nós» e o «eles» que alimentam o jornalismo em geral. Simon Cottle utiliza os programas de *current affairs* da televisão britânica após o 11 de Setembro para sublinhar a sua importância como «processo da democracia deliberativa».

Silvio Waisbord relaciona os temas do risco e do trauma – alvo de crescente atenção de estudiosos – com o desaparecimento da objectividade e independência e a entrega do jornalismo ao nacionalismo e ao patriotismo. Por seu lado, o texto de Howard Tumber trata do trauma dos próprios jornalistas e é um dos poucos a encontrar «uma mudança decisiva na cultura jornalística» pós-11 de Setembro, «relativa à dimensão psicológica da reportagem de guerra.»

Em suma, *Journalism After September 11* apresenta um arco-íris de questões e temas sobre a cobertura dos eventos, mas em nenhum momento responde à questão essencial que se colocava como ponto de partida: o que mudou no jornalismo *depois* do 11 de Setembro? Os textos quase se limitam ao jornalismo *durante* o evento e não chegam a traçar uma distinção entre os efeitos momentâneos de um momento histórico extraordinário e a evolução de conjunto da sociedade. Quer dizer, os textos deste livro fazem uma excelente análise sincrónica mas evitam colocar o 11 de Setembro numa linha diacrónica em que, porventura, o jornalismo praticado não passou de um epifenómeno. Na verdade, não ocorreu nenhuma revolução subterrânea na sociedade americana que motivasse mudanças substantivas do jornalismo. Daí que o texto de Carey proponha uma alteração que se reporta à situação prévia ao 11 de Setembro

(a compra das organizações jornalísticas pelos conglomerados industriais do entretenimento) e que não se relaciona com as mudanças momentâneas ocorridas no jornalismo antes e nas semanas subsequentes ao 11 de Setembro. Por maior que fosse o impacto do 11 de Setembro, o que o distingue jornalisticamente não é susceptível de alterar o jornalismo *à la longue* e as características da sua cobertura específica são as deste tipo de eventos trágicos de âmbito nacional.

Não se situando este acontecimento único numa evolução histórica, torna-se difícil uma conclusão mais completa do que a de Victor Navasky no prefácio: o jornalismo do 11 de Setembro teve «um bocadinho» de jornalismo «sério» e de jornalismo tipo «America under attack».

Apesar das comparações com outros eventos de cobertura semelhante, como o assassinio de John Kennedy ou a explosão do vaivém espacial *Challenger*, os autores não destacam suficientemente que a especificidade do jornalismo do 11 de Setembro se deve ao próprio evento e que, tal como a normalidade regressa após a crise, também o jornalismo retoma as práticas anteriores. Por outro lado, algumas das tendências que se acentuam num evento desta magnitude já existiam antes, como a centragem nas emoções dos familiares e sobreviventes, como o «nós» subjacente a toda a informação ou como o acento colocado no ponto-de-vista nacional, que alguns dos autores, defensores do jornalismo liberal dominante, têm a ingenuidade de presumir como algo que não existiria nesse tipo de jornalismo em tempos normais.

Os próprios autores que condenam os preconceitos nacionalistas presentes no jornalismo durante o 11 de Setembro não poderiam estar isentos de preconceitos de origem nacional e de grupo, como se revela na enorme insistência que é dedicada ao *New York Times* e a algumas das estratégias jornalísticas seguidas pelo mais importante diário da cidade e do país. Por exemplo, vários autores referem-se com palavras invulgarmente elogiosas à secção «*Portraits of Grief*», na qual se prestava homenagem aos cidadãos vulgares que perderam a vida nos ataques terroristas. A secção era, afinal, uma coluna necrológica de pessoas anónimas, de quem se realçava pequenas qualidades às quais, noutras circunstâncias, jamais o *Times* dedicaria uma linha. Para o jornalismo não anglo-saxónico, e para o jornalismo não «sério» do mundo anglo-saxónico, o tipo de referências a cidadãos comuns feitas por aquela secção é muito vulgar, nomeadamente na televisão, que tende a concretizar informações abstractas com a opinião de pessoas vulgares (*vox populi*) ou com «casos» pessoais. Esse caminho é também seguido pela imprensa tablóide. Com uma soberba qualidade, «*Portraits of Grief*» seguia uma estratégia dum tipo de jornalismo que não o «mainstream» norte-americano, mas os autores de *Journalism After September 11* não tiveram a distância para o verificar no caso do *New York Times* (e apenas noutros órgãos de informação).

Este caso chama a atenção para um dos limites deste volume: não abre a análise ao mundo exterior aos EUA e à Grã-Bretanha. Deve assinalar-se, entretanto, aspectos muito positivos, como o facto de, ao contrário do que sucede na Europa continental, não se estabelecer na análise uma separação a-priorística entre o jornalismo da imprensa escrita e da TV – nomeadamente durante os eventos do 11 de Setembro, quando houve aspectos em que a TV norte-americana foi absolutamente irrepreensível e em que a imprensa, como já se referiu, convergiu nas atitudes e estratégias com a TV e a rádio.

A maioria dos autores enquadra a análise do 11 de Setembro nas perspectivas das suas investigações anteriores, pelo que o livro é uma porta de acesso a áreas de investigação importantes; mas, ao mesmo tempo, fica a sensação de que os textos fazem com que o 11 de Setembro «se enquadre» em molduras prévias em vez de permitir abrir novas janelas à investigação. Neste aspecto, o texto de Rosen, com o seu tom de desafio às normas académicas e estabelecendo uma retórica do ponto de vista do cidadão e não do cientista social, e o texto de Schudson, colocando a cobertura do 11 de Setembro num padrão de evento/jornalismo, são porventura os que mais cumprem a promessa do projecto deste volume, importante para quem pretende conhecer e estudar o jornalismo em tempo de crise.

Carlos Camponez (2002), *Jornalismo de Proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional*, Coimbra: MinervaCoimbra

João Pissarra Esteves

A maior curiosidade deste livro revela-se no fascínio que ele nos transmite da descoberta de universos imensos a partir da observação dos mais pequenos pormenores.

O «pormenor», neste caso, até à leitura mais desatenta do título da obra poderá passar despercebido. Um episódio breve e efémero nas folhas de uma publicação regional da zona centro do nosso país: a co-incineração na vila da Maceira, tornada objecto de notícia em 14 edições do *Diário de Leiria* (de 6 a 21 de Janeiro de 1998). Estamos, assim, perante um trabalho de pesquisa que adopta como formato aquilo a que se convencionou dar a designação de análise de caso – a matéria da última Parte da obra, a que são dedicados três capítulos, organizados de forma bastante clara e rigorosa (no que à selecção e manejo dos instrumentos de análise, especialmente, diz respeito). O efeito de revelação perpassa forte ao longo dessas páginas, mas é sobretudo no percurso que a elas conduz que aos nossos olhos se oferece o máximo poder revelador desse

aparentemente – mas só mesmo aparentemente – insignificante microcosmos aqui tomado como objecto de estudo.

A revelação é-nos oferecida num duplo registo: os territórios das teorias e os territórios da própria realidade social. Dois domínios percorridos pelo autor em paralelo, mas também de uma certa forma cruzada: quando – e tantas são as vezes que assim acontece – as teorias são convocadas para nos ajudar a ver mais longe (ou mais nitidamente) a própria realidade que se apresenta diante dos nossos olhos e, também, quando a deambulação pelos territórios sociais (re)conduz o nosso espírito crítico às teorias, para as confrontar nos seus limites e se imaginarem novas possibilidades de construção. O episódio da coincidência, no tratamento jornalístico referido, apresenta-se à luz deste exigente percurso epistemológico com o estatuto de verdadeiro caso exemplar da chamada imprensa regional portuguesa: na sua singularidade dentro do panorama geral dos media no nosso país e face às suas congéneres de outros países, mas também na complexa teia de ambivalências, fragilidades e desafios que no seu interior se cruzam – onde todos os limites de características que à partida poderiam ser dadas como inquestionáveis se revelam, na verdade, extremamente incertos, imprecisos e controversos.

Que regional, que imprensa, que jornalismo, que comunicação, que espaço público são estes de que aqui se fala?

No título do livro, *Jornalismo de Proximidade*, está desde logo presente a intenção do autor de, com este trabalho, ousar muito para além de um modelo mais ou menos convencional da mera análise de caso. Só por si, porém, o título não chega a ser suficientemente sugestivo para pôr completamente em evidência o êxito que constitui o resultado final desta aposta – mas que título, também, seria capaz de lhe fazer essa completa justiça? São de grande pertinência teórica e indiscutível actualidade social os temas que Carlos Camponez mobiliza para discussão; e nesta, acima de tudo, impressionam a segurança e o rigor que este jovem académico consegue inculcar ao desenvolvimento de duas problemáticas nucleares que organizam todo o trajecto da obra: a questão da globalização e a do jornalismo cívico.

Algumas das mais importantes teorias actuais da globalização são aqui passadas em revista, conduzindo o autor para uma interpelação que, hoje em dia, se nos apresenta cada vez como mais crucial. Qual o verdadeiro significado político da globalização? Ou de outra forma, que consequências resultam para a própria globalização da ausência – real ou intentada – desse mesmo significado? Não se chega a uma resposta propriamente conclusiva a estas questões, mas são oferecidos alguns instrumentos indispensáveis que permitem ao leitor continuar a sua própria exploração de novos caminhos: já não basta, no presente, invocar ou reclamar a necessidade de uma vertente política da

globalização, o que se nos oferece hoje propriamente à discussão é sim o estatuto de tal vertente. Algo que apenas se acrescenta, de forma mais ou menos reactiva (e defensiva), à actual e hegemónica dinâmica económica, ou, pelo contrário, a própria necessidade de inverter esta relação de forças? Na discussão deste problema, apresentado mais exaustivamente no capítulo inicial da obra, ressoam ecos de debates e autores que já em épocas passadas haviam demonstrado enorme clarividência quando anteciparam muitos dos problemas actuais e alguns dos maiores impasses com que hoje nos debatemos. Essa proclamação angular do pensamento kantiano, o Estado Mundial, como se nos oferece na situação actual? Ainda como uma fantástica possibilidade, ou apenas como uma mera, enganadora e até perigosa fantasia? Adorno desconfiava (e, no seu tempo, razões lhe sobravam para tal), porque a única realização que na humanidade conseguia reconhecer de alguma «paz perpétua» era «só» aquela a que o próprio tinha assistido dos cemitérios e das câmaras de gás nazis. É verdade que a humanidade conseguiu sobreviver ao Holocausto, mas é também verdade que, entretanto, muitos outros venenos foram (e continuam) a ser inventados e a ameaçar a nossa existência – como o próprio Adorno, aliás, também já anunciara.

A perspectiva de Carlos Camponez sobre o problema é de algum optimismo, mas também reveladora de grande lucidez quanto aos desafios que se nos colocam e com perfeita consciência da importância crucial que representam as diferentes formas de expressão de uma certa combatividade social – que persiste, como sinais que deixam antever a possibilidade de uma outra globalização, enquanto «processo multifacetado de reinvestimento de sentido, nas formas de viver o espaço e o tempo, de conceber as relações sociais, e de se pensar o próprio saber» (p. 45).

A discussão da globalização é orientada com base na relação global/local, sendo prestada especial atenção aos Territórios da Cultura (capítulo II) e dos Media (capítulo III). Neste plano não deixará de se estranhar a ausência de um conceito tão fundamental como o de «indústria da cultura»: ainda hoje, por certo, um dois mais poderosos que nos permite equacionar a dimensão ideológica dos processos de comunicação de massa desenvolvidos à escala planetária – formulação visionária dos autores frankfurtianos, nas primeiras décadas do século passado, que antecipou alguns dos mais importantes desenvolvimentos subsequentes dos nossos universos da cultura e da comunicação.

O segundo grande núcleo teórico surge na Segunda Parte do trabalho, constituído em torno do tema do jornalismo cívico. Mas o caminho que a ele conduz não é óbvio, tal como a pertinência da sua própria inserção no quadro das etapas imediatamente seguintes do trabalho (a análise empírica na Terceira Parte). A aproximação é concretizada tendo como ponto de partida o tema da

imprensa regional propriamente dita (capítulo IV), num exercício em que se procura indagar da sua verdadeira especificidade nos nossos dias e em que o autor tem a possibilidade de defender, com pertinência, que o critério do território, nas presentes circunstâncias, se apresenta cada vez mais insatisfatório para este fim. Em alternativa é proposta a noção de «comunidade de lugar», que permite «sustentar a tese segundo a qual o conceito de proximidade resulta [hoje] de uma geometria variável: é mais uma geometria da identidade – com tudo o que isso implica de criação e recriação – do que uma identidade geográfica propriamente dita» (p.128). O percurso continua (capítulo V) com uma exploração das possibilidades alternativas que estes Territórios de Proximidade (imprensa regional) oferecem, distinguindo-se aí com a clareza possível dois planos de análise. Um plano normativo, que define estes «espaços micro» como lugares «onde se ensaiam alternativas comunicacionais, societais, económicas e políticas, em contraponto aos poderes que se formam do lado da globalização» (p. 149); e o plano fáctico propriamente dito, no qual se torna evidente uma certa espécie de contaminação (convívio da antropologia das trocas simbólicas com a das trocas comerciais): não obstante a «comunicação comunitária delimitar um espaço de trocas simbólicas, mais ou menos fechado, de contextos e de subentendidos (...), isso não exclui que seja um espaço passível de ser recuperado pelas estratégias comerciais, [...com] os riscos de recuperação comercial dos seus códigos a estarem sempre presentes» (pp. 156 e 157).

Em seguida, então, o tal «salto» para o jornalismo cívico.

O percurso que a ele nos conduz, como referido, não torna imediatamente óbvia a sua pertinência. Embora os valores do comunitarismo estejam no jornalismo cívico cunhados de modo muito impressivo, os mesmos não parecem visar propriamente qualquer especificidade de «localismo», antes constituindo-se como uma resposta a problemas de ordem muito geral – da Política e da Comunicação no mundo de hoje, mais propriamente, de políticos e jornalistas enquanto «responsáveis pela produção de discursos cada vez mais desligados dos cidadãos, geradores de uma anomia cívica perturbadora do envolvimento das pessoas em questões de natureza pública» (p.159).

Só muito mais tarde no desenvolvimento da pesquisa (capítulo IX), Carlos Camponez explicita o motivo do recurso a este tipo de material teórico: o mesmo tem em vista, concretamente, definir um quadro teórico geral para a análise de caso – a cobertura jornalística (no *Diário de Leiria*) da co-incineração da Maceira. Mas as conclusões revelam-se neste plano tão decepcionantes quanto previsíveis: porventura, nem de jornalismo, no sentido próprio do termo, talvez se possa falar com propriedade relativamente ao episódio em causa. Tudo aí se terá jogado, afinal (ou essencialmente), numa mais ou menos ardilosa (mas muito denunciada) teia de influências político-partidárias, que contou aliás

com a empenhada cumplicidade do próprio público do jornal – entusiástica e preocupante cumplicidade, pelos vistos, que ainda hoje, já estes anos depois, ainda continua a constituir motivo exaltante para alguns (pelo menos) dos seus leitores. É assinalável a forma rigorosa e exaustiva como é conduzida a pesquisa empírica, neste exercício de revelação dos elementos de sentido ocultos dos discursos (as peças jornalísticas) e das práticas sociais (os planos de acção dos diversos intervenientes, dentro da publicação e exteriormente).

O jornalismo cívico não é uma questão pacífica e incontroversa na actualidade – tanto em termos teóricos, como sociais. Desde logo pela profunda indefinição quanto ao seu verdadeiro estatuto: um conceito ou teoria de carácter reflexivo e crítico relacionada com a situação da comunicação pública nas democracias de massa, ou simplesmente uma espécie de preceituário de uma certa prática profissional especializada (o jornalismo)?

A discussão que o autor nos oferece destes problemas teóricos do jornalismo cívico é, como habitualmente em todo o trabalho, de nível superior – constituindo, além disso, uma das primeiras e mais qualificadas incursões neste tema por parte da comunidade científica portuguesa dos estudos dos media e do jornalismo. Carlos Camponez acompanha a génese do movimento, desde o grande debate iniciado pelo jornalismo norte americano durante a eleição presidencial de 1988 e, em seguida, a intervenção paradigmática do *Wichita Eagle*, no Estado do Kansas (com as célebres iniciativas «Voter Project» e «People Project»), até aos primeiros passos de uma conceptualização teórica mais exigente e rigorosa – embora a este nível não possa deixar de se assinalar a ausência de algum trabalho fundamental, estando omitidos da discussão textos pioneiros, como, por exemplo, *Public Journalism and Public Life*, de David Merritt Jr., ou «Making journalism more public» e «Beyond objectivity», estes dois da autoria de David Rosen.

Mas o que parece mesmo manifestamente excessivo é, de alguma forma, o onerar ainda mais o jornalismo cívico de problemas e dificuldades como os que resultam desta tentativa da sua «aproximação» a situações que lhe são, de facto, totalmente estranhas – como é, com toda a evidência, o caso analisado na pesquisa. E nem se pode sequer dizer que chegue a constituir um justificativo credível para este exercício, o facto de algumas das mais importantes experiências de jornalismo cívico ou jornalismo público terem tido por cenário o que se poderá considerar como uma certa imprensa local norte americana.

A situação da cobertura jornalística da co-incineração estudada é, de facto, um tema interessante de análise cívica, mas mais propriamente pela completa ausência de um verdadeiro sentido cívico por parte quer do jornalismo praticado, quer de todos os interesses que do mesmo se aproveitaram (e os leitores do jornal não estarão excluídos, pelo menos todos aqueles cujo envolvimento de carácter estratégico em todo o processo foi decisivo).

Contudo, este problema – um grande problema, aliás – é nosso e só nosso, e não do jornalismo cívico (nem como teoria, nem como prática profissional): um problema do jornalismo português, da nossa imprensa regional e da sociedade civil em termos globais.

abstracts

Thomas E. Patterson,

Doing Well and Doing Good

Based on a study of American journalism, this article points to two major trends in contemporary journalism that are said to be shrinking the news audience and weakening democracy, namely the increased presence of soft news and the rise of critical journalism. Patterson argues that, due to these two trends, the news is more sensational and focused on crime and disasters, and, simultaneously, more depressing and negative due to the “zealous pursuit of scandals and wrong-doing” The author defends that these two trends have provoked a decline in the public’s interest in public affairs and in the news, a threat to democracy and to journalism.

Key words: Journalism; Critical journalism; Soft news; Hard news; Public policies; Audiences.

João Carlos Correia

The Administrators of Illusion: Spectacle, Subjectivity and Ideology in Contemporary Media Culture

Today, more than ever, the individuals responsible for media appear, in the eyes of many critics, as the new mandarins who covet the colonialization of people’s imagination by the industry of dreams. In this article, spectacle is identified as a basic category of media culture that, in contrast to the point of view of many, is not just limited to television. This vocation for spectacle, expressed in sensationalism and in the exploration of emotion, is associated with the insistence of media culture in individual projects – a major trait of modern mass communication, as seen in reality shows and in the attention to drama and human interest stories. Is this a trend in the direction of depersonalization of individuals through the management of their desires or the discovery of new forms of life and the affirmation of individual rights?

Key words: Spectacle; Mass communication; Media; Individualism; Critical theory; Post-modernism.

Isabel Ferin Cunha

The images of immigration in Portugal

The main objective of this article is to identify the images of immigration in Portugal through a study of two daily newspapers *Público* and *Diário de Notícias*, in the summer of 2000. After a brief summary of the historic context of immigration in Portugal, and the alterations in the Portuguese immigration laws, the article points to the existence of two dominant groups featured in the news coverage of immigration, namely the 2nd and 3rd generation of immigrants from the former Portuguese colonies, and the Eastern-European immigrants. The conclusion of the article is that the news coverage in those newspapers reinforces existing stereotypes that exist in the Portuguese society.

Key words: Immigration; Press analysis; 2nd and 3rd generation of immigrants; Eastern European immigrants; Discrimination.

Rita Figueiras

Spaces of opinion in the Portuguese Quality Press 1980-1999

In this article, the spaces of opinion are analyzed in the Portuguese quality press over the last two decades of the 20th Century, 1980-1999. By examining the structure of these spaces, the question that is posed is who represents public opinion? The permanent columnists? The readers through their letters to the Editor? Anonymous citizens via their responses to public opinion polls? Over the 20 year period, how has the space of opinion evolved? Do the main tendencies point to an increased democratization of this space?

Key words: Public space; Public opinion; Op. ed. pages; Opinion makers; Quality newspapers.

Jorge Pedro Sousa

Perceived Quality of Four Brazilian On-Line Newspapers

This study proposes and uses an instrument for research of hypermedia systems and on-line newspapers in the World Wide Web to evaluate the perceived quality of four Brazilian on-line newspapers. These newspapers were evaluated by two groups of students, one Brazilian, the other Portuguese. The author did not find significant differences between the evaluation of content, design, and interactivity made by the two groups.

Key words: On-line journalism; Evaluation; Brazilian journalism.

Thomas E. Patterson,

Tendances du journalisme actuel – Est-ce que les nouvelles légères e le journalisme critique sont en train d'affaiblir la Démocratie?

Ce texte montre deux tendances principales – la présence croissante des nouvelles *légères* e l'apparition du journalisme civique - dans le journalisme actuel américain, tendances qui diminueraient l'intérêt pour les nouvelles et qui affaibliraient la démocratie. L'article soutient que ces nouvelles tendances font les nouvelles plus sensationnelles, plus ciblés dans le crime e dans les accidents, et, en simultané, plus déprimantes et négatives, par le "zèle placé dans la recherche du scandale et de l'insolite." Ces tendances ont eu comme conséquence la diminution de l'intérêt par les questions publiques et par les nouvelles, ce qui constitue une menace envers la démocratie et le journalisme.

Mots clés: Journalismisme; Journalismisme critique; Soft news; Hard news; Politique; Audiences.

João Carlos Correia

Les porteurs d'illusions: spectacle, subjectivité et idéologie dans la culture médiatique actuelle

Dans ce texte, on identifie le spectacle comme une catégorie fondamentale de la culture médiatique, qui ne se résume pas à la culture télévisée. Cette vocation du spectacle, qui se traduit très souvent dans le sensationnalisme et dans l'exploitation primaire des émotions, apparaît associé à la centralisation de la culture médiatique dans les projets individuels, dans ce qui semble un trait de la communication de masse moderne: ça passe par les reality shows, par l'insistance dans les drames de la réalité et par les histoires de vie. Il y aura-t-il une tendance pour la dépersonnalisation des individus par les gestion de ses désirs? Quelle est l'importance de l'individualisme dans la découverte de nouvelles formes de vivre la vie et dans l'affirmation de nouveaux droits?

Mots clés: Spectacle; Communication de masse; Media; Individualisme; Théorie Critique; Post Modernisme.

Isabel Ferin Cunha

Images de L'immigration au Portugal

Après l'énoncé de quelques principes méthodologiques et d'un court résumé à propos de la situation de l'immigration au Portugal, cette communication présente une étude de cas qualitatif à propos des images de l'immigration dans deux quotidiens de référence, le *Público* et le *Diário de Notícias*, pendant les mois de juillet et août 2000. Cette période a été choisie en tenant compte du débat, à l'Assemblée de la République de la Nouvelle Loi de Séjour des Étrangers, ainsi que par le fait, déjà prouvé par plusieurs autres études, que des problèmes d'immigration – en rapport avec les problèmes de l'insécurité urbaine et avec les 2ème et 3ème générations

des immigrants africains – apparaissent pendant l'été, avec plus de visibilité dans les médias. Dans cette perspective qualitative nous ferons la comparaison des images de la 2ème et 3ème génération d'immigrants qui sont venus des Pays Africains d'Expression Portugaise avec les images de l'immigration des pays de l'Europe de l'Est. Il convient de préciser que les premiers, n'étant pas des immigrants mais des Luso-Africains, la plupart de nationalité portugaise, ont tendance à être socialement associés à l'immigration et perçus comme «des immigrants d'origine africaine».

Mots clés: Analyse de la presse; Immigration; 2ème et 3ème générations d'immigrants; Immigrants des pays de l'Europe de L'Est; Discrimination.

Rita Figueiras

La Section de l'Opinion dans la presse d'information générale portugaise: 1980-1999

Cet article concerne la section de l'Opinion dans la presse d'information générale entre 1980 et 1999. Nous analysons les rubriques que caractérise cette section la, à fin de répondre à une demande: Qui représente la Opinion Publique? A partir de l'analyse de l'accès a cette section, nous voulons vérifier sa démocratisé pendant les 20 ans analysés. Nous voulons aussi savoir l'influence de la transformation dans le Champ des Media au Portugal (Libéralisation, Commercialisation, Concentration de la Propriété) à la section de l'Opinion dans les journaux analysés.

Mots clés: Sphère publique; Opinion publique ; Section de l'opinion ; Opinion makers; Presse.

Jorge Pedro Sousa

Qualité perçue de quatre journaux on line brésiliens

Ce travail utilise un outil d'analyse du journalisme et des systèmes hypermedia dans la World Wide Web pour évaluer la qualité perçue de quatre journaux on line brésiliens. Les journaux ont été évalués séparément par un groupe d'étudiants portugais et par un groupe d'étudiants brésiliens. L'auteur a vérifié que, par un nombre considérable de variables, il n'y as pas eu des différences statistiquement significatives dans l'évaluation de la qualité perçue des jornaux portugais et brésiliens.

Mots clés: Journalism on line; Qualité perçue; Évaluation de la qualité.

livros e revistas recebidos

Livros

- *História das Teorias da Comunicação*, Armand, Michele Mattelart, Campo das Letras
- *A Tirania da Comunicação*, Ignacio Ramonet, Campo das Letras
- *Propagandas Silenciosas*, Ignacio Ramonet, Campo das Letras
- *A Fabricação da Informação*, Florence Aubenas, Miguel Benasayag, Campo das Letras
- (A completar na revisão de provas) Edições Colibri
- (A completar na revisão de provas) ASA
- (A completar na revisão de provas) Circulo de Leitores

Revistas

- *Sociologia, Problemas e Práticas*, CIES, nº. 41

