

# FONTES SOFISTICADAS DE INFORMAÇÃO – ANÁLISE DO PRODUTO JORNALÍSTICO POLÍTICO DA IMPRENSA NACIONAL DIÁRIA DE 1995 A 2005

VASCO RIBEIRO

FACULDADE DE LETRAS DA UNIVERSIDADE DO PORTO

## Resumo

O autor investigou o noticiário político dos quatro principais títulos da imprensa diária portuguesa de âmbito nacional e generalista e aferiu o peso relativo de cada um dos tipos de fontes, identificou os meios de transmissão de informação aos media e caracterizou os graus de confidencialidade adoptados nesta tarefa. Entre as conclusões destaca-se a circunstância de só um terço do produto jornalístico dos diários estudados ser produzido por iniciativa das redacções. Mais de 60% das notícias resultam de uma acção de indução por parte de assessores de imprensa, relações públicas, consultores de comunicação, porta-vozes e outros peritos de *spin doctoring* – ou seja, são determinadas pelas chamadas fontes sofisticadas de informação.

## Palavras-chave

Jornalismo Político; Fontes de Informação; Assessoria de Imprensa; Relações Públicas.

## Introdução

Toda a comunicação humana tem uma fonte. Ou seja, uma pessoa ou um grupo de pessoas com um objectivo para despoletar o processo comunicativo, objectivo esse que tem de ser expresso em forma de mensagem (Berlo, 2003: 30). Depois de determinar o meio através do qual pretende interagir com o receptor, a fonte codifica a mensagem destinada a produzir a resposta desejada, factor do qual depende a fidelidade da comunicação (2003: 41 e 42).

A partir destas premissas, importa atermo-nos naquilo que é o objecto de estudo desta investigação: as relações entre jornalistas e fontes de informação na produção da notícia. Trata-se de uma questão complexa e por vezes até capciosa, ao ponto de Herbet Gans a ter definido desta peculiar forma: «A relação entre as fontes e o jornalismo assemelha-se a uma dança, pois as fontes procuram acesso aos jornalistas, e os jornalistas procuram acesso às fontes» (1979: 116).

Melvin Mencher vai mais longe ao dizer que «a fonte é o sangue do jornalista» (1991: 282), enquanto Denis McQuail acrescenta que «as relações com as fontes de informação são essenciais aos media noticiosos e, muitas vezes, constituem um activo processo binário. Os media noticiosos estão sempre à procura de conteúdos convenientes e conteúdos

(nem sempre convenientes) estão sempre à procura de uma saída nas notícias» (2003: 291). Importa, contudo, ressaltar que nem todas as notícias dependem de fontes externas, pois a fonte pode ser o próprio jornalista, quando observa o acontecimento.

De resto, a dinâmica fonte/jornalista não é, de modo algum, linear. Antes de chegarem ao espaço público, as notícias resultam de um processo produtivo vulnerável à influência de factores externos aos *news media*. Existem fontes capazes de moldar o conteúdo das notícias, bloquear ou acelerar a sua difusão e aumentar ou diminuir o seu impacto público. Aliás, ao privilegiar umas fontes em detrimento de outras, o jornalista já está a influenciar o conteúdo das notícias.

Para o investigador Manuel Carlos Chaparro (2001), «na hora de escrever, na rotina da produção e dos procedimentos profissionais (os conscientes e os inconscientes), a perspectiva das fontes influencia, inevitavelmente, a decisão jornalística – e quanto mais competentes elas se tornam, mais capazes são de determinar enfoques, relevâncias e até títulos, na narração jornalística» (2001: 43).

Perceber até que ponto as fontes de informação, designadamente as que actuam de forma organizada ou profissional, determinam o conteúdo das notícias tem, de resto, suscitado inúmeros estudos no vasto campo do *newsmaking*. A investigação nesta área permitiu definir diferentes quadros teóricos, embora todos eles coincidentes no reconhecimento da capacidade de influência das fontes. Leon Sigal (1973), por exemplo, defendeu a ideia de que os conteúdos das notícias dependem daquilo que as fontes transmitem e do tipo de fontes consultadas (oficiais e não oficiais), apesar da mediação dos *news media* e dos jornalistas.

Para este autor, as notícias resultam não tanto do que os jornalistas efectivamente pensam, mas da informação que as fontes transmitem – embora esse caudal informativo sofra a mediação das organizações noticiosas e respectivas rotinas e convenções jornalísticas. Neste sentido, a notícia depende das fontes que a alimentam, que, por seu turno, dependem da forma como o jornalista procura e/ou recebe a informação.

Para esta dinâmica contribuem sobremaneira o tipo de fontes consultadas: oficiais e não oficiais. Sigal concluiu, a propósito, que a maioria das notícias resultam de fontes oficiais. «Há mais notícias emanadas por fontes oficiais do que por qualquer outra fonte. A maior parte destas notícias passa rotineiramente pelos canais formais da informação pública do governo para os repórteres. Mas nem toda a recolha de informação é rotineira. Algumas notícias fora da rotina provêm de fontes oficiais que revelam à imprensa uma peça informativa que lhes é pertinente, por iniciativa própria e sem autorização específica para tal. As notícias restantes têm que ser compostas pelos repórteres, nas suas rondas, trocando e confirmando as suas informações com os seus contactos no governo, e fazendo mesmo algumas adivinhações. Também nestas instâncias são as fontes oficiais que fornecem a informação que faz a notícia» (1973: 131).

Já Harvey Molotch e Marilyn Lester (1974) introduziram o conceito de «promotores das

notícias» (*news promoters*). Trata-se de fontes que, em obediência a interesses próprios, procuram transformar determinados factos em acontecimentos públicos – logo, passíveis de serem noticiados –, ao mesmo tempo que tentam evitar que outros factos adquiram estatuto semelhante. Os autores denunciam, assim, a existência de uma intencionalidade da fonte ao divulgar, ou não, a informação que possui.

Acontece que, para que os «promotores das notícias» sejam bem sucedidos, os jornalistas têm de cumprir a sua actividade processadora, selectiva e difusora da matéria informativa. Assim, para atingirem os seus objectivos, os *news promoters* tendem, na opinião de Molotch e Lester, a explorar as rotinas produtivas presentes nas organizações noticiosas. Aliás, os «promotores das notícias» mais poderosos conseguem, inclusivamente, alterar essas rotinas produtivas a seu favor (1993: 39 e 40).

Este postulado não é inteiramente perfilhado por Stuart Hall *et al.* (1978), que defendem que determinadas fontes são suficientemente poderosas para definir o enquadramento das notícias, o que pressupõe uma menor capacidade de intervenção do jornalista. Os autores consideram, aliás, que os meios de comunicação social tendem a perpetuar as estruturas hegemónicas de poder na ordem institucional da sociedade.

Neste contexto, Hall *et al.* avançam com o conceito de «definidores primários» dos assuntos ou temas noticiados pelos meios de comunicação social. Neste grupo inserem-se, segundo os autores, os porta-vozes oficiais do poder, a cujas opiniões os *news media* dariam preferência. Construir-se-ia, deste modo, uma hierarquia de credibilidade, em que os mais poderosos ou com um *status* social mais elevado beneficiariam de uma melhor aceitação das suas definições, mesmo tratando-se de temas controversos (1999: 253).

Um pouco mais tarde, Gans (1979) definiu vários tipos de fontes informativas (institucionais, oficiosas, provisórias...; passivas e activas; conhecidos e desconhecidos), com os quais os órgãos de informação estabelecem relações negociais. Este relacionamento é, por seu turno, ditado quer pelas necessidades informativas dos *news media*, quer pelo posicionamento das fontes na estrutura social.

«Com efeito, as fontes, os jornalistas e as audiências coexistem num sistema, apesar de este sistema se assemelhar mais a um foco de guerra do que a um organismo funcional interrelacionado» (1979: 81). Neste quadro, os *media* seleccionariam as suas fontes em função das respectivas necessidades produtivas e do posicionamento das mesmas na estrutura social. Isto aconteceria porque, na opinião de Gans, as fontes não têm todas as mesmas características ou igual relevância, o que pressupõe um acesso socialmente estratificado aos órgãos de informação.

Por sua vez, Stephen Hess observa que «é difícil encontrar uma discussão nas modernas relações governamentais que não inclua os termos *gerir*, *manipular* e *controlar*. No entanto, detectamos um certo paradoxo na ênfase que se atribui à manipulação, pois um outro comentário frequentemente feito sobre os assessores de imprensa dos governos é o

de que eles não são muito bons naquilo que fazem» (1984: 4). Acresce que «a maior parte dos comentários sobre informação pública e os seus emissores têm uma característica comum: provêm de pessoas que são ou foram jornalistas» (1984: 4). Hess vai ao encontro das conclusões, já aqui referidas, dos estudos desenvolvidos por Sigal, designadamente quando este autor constata que as notícias que chegam ao público através dos media têm, em grande parte, origem nos «canais de rotina». Ou seja, na informação fornecida pelas fontes autorizadas. «Chegámos às mesmas conclusões sobre as fontes das notícias. No meu entender, os repórteres que em Washington cobrem o governo nacional entram em contacto com os assessores de imprensa para quase metade das suas reportagens», assevera Hess.

Por seu turno, Ericson *et al.* enfatizam a importância da negociação entre fontes e jornalistas durante o processo de produção noticiosa. «As notícias são um processo de transacção entre os jornalistas e as suas fontes» (1989: 377), consideram os autores. Neste sentido, as notícias não resultam primeiramente da realidade nem são o seu espelho fiel. Resultam, isso sim, da natureza e do tipo de relações socioculturais que se estabelecem entre fontes e jornalistas. Há, portanto, uma construção da realidade que emerge dessa dinâmica (1989: 377). Há uma moldura ideológica a enquadrar a actividade do jornalista, moldura essa que aliada à consciência e sentimento de pertença a um grupo profissional, ao tempo disponível para produzir as notícias, às rotinas de selecção e adequação da informação e às próprias representações culturais do jornalista fazem da produção noticiosa uma construção social da realidade, considera Gaye Tuchman (1978). Para a autora, «as notícias não reflectem a sociedade. Elas ajudam a constituir um fenómeno social partilhado, dado que, no processo de descrever um acontecimento, as notícias definem e dão forma ao mesmo» (1978: 184). Esta visão é partilhada, por exemplo, por Nelson Traquina, autor que defende que «as notícias registam 1) as formas literárias e as narrativas utilizadas pelos jornalistas para organizar o acontecimento e 2) os constrangimentos organizacionais que condicionam o processo de produção das notícias» (1993: 176).

Já Rogério Santos considera que «o jornalista, após a selecção de acontecimentos, produz a notícia segundo normas e protocolos relativamente definidos, e que resultam no conjunto de reuniões formais e informais, a que chamei de cultura de redacção». Logo, a autonomia do jornalista depende do grau de liberdade que a organização noticiosa lhe concede e do prestígio profissional de que goza entre os seus pares (1997: 193 e 194).

É de assinalar, no que concerne à influência do poder sobre os media, a incongruência detectada por Paul Manning. «Pela nossa experiência com os meios noticiosos, detectámos um paradoxo: suspeitamos que os governantes têm uma facilidade considerável em determinar as agendas e controlar o fornecimento de informação disponível ao domínio público; porém, regularmente, somos confrontados com o surgimento de novas histórias noticiosas que realçam a incapacidade das organizações corporativas e dos governos de evitar que cer-

tas informações prejudiciais aos seus interesses saiam para o exterior» (2001), diz o autor.

A pressão dos media sobre, por exemplo, a qualidade de produtos e serviços de grandes empresas ou sobre a capacidade governativa dos decisores políticos obrigou a um cuidado redobrado nas relações com os órgãos de informação, de forma a não só evitar notícias negativas como a suscitar um discurso mediático adequado aos resultados pretendidos em termos de imagem pública ou corporativa.

Com este horizonte motivacional, «as instituições apropriaram-se das habilidades narrativas e argumentativas do jornalismo; assimilaram as rotinas e a cultura da produção jornalística; e no planeamento e controlo dos acontecimentos, a dimensão comunicativa ganhou preponderância, para a divulgação dos eventos e difusão do discurso» (2001: 44 e 45), considera Manuel Carlos Chaparro.

As instituições dotaram-se, pois, de estruturas operacionais responsáveis, justamente, por gizar e concretizar estratégias de comunicação global ou integrada. Referimo-nos, como se percebe, aos gabinetes de comunicação e imagem (ou de relações públicas), cujo peso institucional tem crescido nos organogramas das instituições. Outras há, no entanto, que preferem adjudicar os serviços de agências de comunicação, as quais contam nas suas fileiras com especialistas nas áreas da assessoria de imprensa, relações públicas e marketing.

Esta conjugação de factores levou, nas últimas décadas, a um crescimento exponencial da indústria de relações públicas, que passou a desempenhar um papel fulcral no processo de construção noticiosa. Isto mesmo é salientado por Aeron Davis, que afirma que, «por detrás do interesse da comunicação social em alguns 'spin doctors' importantes, desenvolveu-se uma profissão extensa e cheia de recursos que presta serviços a um amplo leque de organizações. Em contraste, os recursos colectores de notícias dos jornalistas têm vindo a decrescer. À medida que as organizações noticiosas se têm visto forçadas a fazer cortes, ao mesmo tempo que aumentam a sua produção, a sua dependência dos 'subsídios de informação' dos Relações Públicas tem vindo a aumentar. Por um lado, isto sugere que as relações públicas têm presentemente uma influência mais forte sobre a profissão do jornalismo. Por outro, pode também concluir-se que as tradicionais hierarquias das relações de fontes da comunicação social se têm alterado significativamente neste novo ambiente saturado de RPs» (2003: 27).

## Metodologia

Com a pesquisa a incidir nos anos 1990, 1995, 2000 e 2005, vamos apresentar um estudo comparativo de quatro títulos fulcrais da imprensa diária portuguesa de âmbito nacional e generalista, tendo em conta o papel das fontes de informação na respectiva produção noticiosa. Em concreto, é nossa intenção tipificar as fontes presentes no noticiário político dos jornais seleccionados, verificar o peso relativo de cada um dos tipos de fontes,

identificar os meios de transmissão de informação aos media e caracterizar os graus de confidencialidade adoptados nesta tarefa, a partir da terminologia utilizada por Melvin Mencher (1991).

*Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Público* constituem os títulos em análise nesta dissertação, por pensarmos que os mesmos são representativos das mais importantes tendências da imprensa diária generalista portuguesa, durante a passagem do século XX para o XXI.

*Diário de Notícias* e *Público* apresentam os traços distintivos da imprensa de referência (*quality press*), como a sobriedade gráfica e estilística e a predominância de temas políticos, sociais, económicos e culturais. Já o *Correio da Manhã* inscreve-se na chamada imprensa popular (*popular press*) que, para além da exuberância gráfica e do estilo sensacionalista, privilegia claramente os *fait-divers*, o desporto e a agenda de espectáculos em detrimento dos grandes assuntos da actualidade. Por seu turno, o *Jornal de Notícias* pode ser caracterizado como um quotidiano *omnibus*, ou seja, insere-se numa categoria híbrida, a meio caminho entre a imprensa de referência e a imprensa popular.

A presente investigação abrange, exclusivamente, as secções denominadas por «Política» ou «Nacional» dos quatro títulos referidos, não incluindo, por conseguinte, todas as outras áreas editoriais que os jornais normalmente comportam. Além disso, a análise incide apenas sobre dois géneros jornalísticos – a notícia e a reportagem – e, dentro destes, só foram consideradas as chamadas *hard news*<sup>1</sup>.

Para averiguar o grau de confidencialidade das fontes, recorreremos aos quatro níveis de identificação ou de atribuição da informação definidos por Melvin Mencher (1991): *on the record* (atribuição directa, para publicação), *off the record* (confidência total), *on background/not for attribution* (atribuição com reserva) e *on deep background* (atribuição com reserva total).

No caso do *on the record*, a fonte é identificada e tudo o que ela afirmar pode servir de matéria jornalística. Trata-se, aliás, de uma regra canónica do jornalismo, devendo ser observada sempre que a fonte não pede confidencialidade. Por antítese, quando é solicitado o *off the record*, o jornalista, depois de expressamente o aceitar, não deve identificar a fonte nem divulgar a informação por ela fornecida.

Tratando-se de uma situação de *on background/not for attribution*, a fonte não é totalmente identificada, embora sejam fornecidos alguns dados sobre a sua condição ou sobre o ambiente onde actua. Verifica-se, então, o uso de designações como «fonte próxima de...», «um membro do Governo», «um dos participantes na reunião», entre outras. De

---

<sup>1</sup> Por *hard news* entendem-se as notícias de maior complexidade, designadamente as que abordam assuntos políticos, económicos ou culturais. São construídas com uma linguagem seca e factual, ao contrário das *soft news* que, como o nome indica, abarcam matérias ligeiras, nomeadamente *fait-divers* e crónicas desportivas, e não obedecem a critérios de estrita imparcialidade e discrição.

realçar que as informações que uma fonte *on background* fornece podem ser objecto de enunciação jornalística.

Por último, a fonte *on deep background* não pode ser identificada nem serem dados indícios sobre a sua condição ou ambiente onde actua. Contudo, as informações fornecidas por este tipo de fonte podem ser divulgadas, usando-se, para tanto, designações como «fonte bem colocada», «fonte bem informada» ou «fonte autorizada», por exemplo. O jornalista pode ainda recorrer a asserções como «sabe-se», «segundo nos informaram», «é do nosso conhecimento», entre outras, ou simplesmente citar sem identificar qualquer fonte, directa ou indirectamente (1977: 35).

Dada a amplitude do *corpus* documental, a investigação baseia-se numa amostra que resultou da selecção, aleatória e interpolada, de um dia por cada semana dos meses que o estudo contempla. Foram, então, analisados 52 dias em 1990, 53 dias em 1995, 52 dias em 2000 e 51 dias em 2005. Ou seja, um total de 208 dias, o que multiplicado pelas quatro títulos perfaz 832 edições<sup>2</sup>. Ao todo, foram estudadas 5 054 notícias, sendo identificadas 7 841 fontes. Desenvolveu-se, portanto, um processo de aferição nominal e percentual das fontes presentes na massa noticiosa analisada<sup>3</sup>.

Caracterizado o objecto de estudo, importa agora revelar as grandes questões que determinam esta investigação:

- Qual o tipo de fontes de informação utilizadas no noticiário político da imprensa diária portuguesa, em concreto os títulos *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Público*, nos anos 1990, 1995, 2000 e 2005?
- Qual o grau de confidencialidade das fontes presentes no noticiário político dos quatro diários?
- No que diz respeito à posição político-ideológica, que fontes estão mais presentes nos jornais em estudo: as fontes da esfera do poder ou fontes da oposição ou de contra-poder?
- Como se caracteriza a prática jornalística dos quatro jornais diários na sua relação com as fontes de informação, tendo em conta o grau de cobertura noticiosa por iniciativa própria e o grau de cobertura noticiosa induzida por factores externos?

Refira-se que, para realizar o estudo comparado dos quatro jornais, foi elaborada uma grelha de análise com os «actores» que predominam no campo noticioso: a) Presidente

---

2 Convém ressaltar que o *Público* iniciou a sua publicação a 5 de Março de 1990, pelo que a análise ao jornal só foi realizada a partir dessa data.

3 Importa esclarecer que o número total de fontes não inclui as agências de informação nacionais (designadamente, a Lusa – Agência de Notícias de Portugal) e internacionais, por se considerar que a informação transmitida por estas organizações constitui um produto jornalístico acabado e com um elevado grau de credibilidade.

e Casa Civil; b) Partido Político no Poder; c) Partido Político na Oposição; d) Organização Governamental; e) ONG; f) Poder Local; g) Poder Judicial; h) Força Militar/Policial; i) UE; j) Sindicatos e Ordens; k) Igreja; l) Empresas; m) Outros; n) Não identificado/aplicável; o) População; p) Governo; q) Governo Estrangeiro; r) Especialistas; s) Outro OCS (Órgão de Comunicação Social); t) Meio Artístico e Cultural; u) Saúde; v) Universidade; w) Poder Local Oposição; x) Poder Associativo e Estudantil; y) Finanças e Banca; z) Candidatos Presidenciais Oposição; aa) Candidatos Presidenciais Poder; bb) Desporto; cc) Casa Pia; dd) Candidatos Autarquias Oposição; ee) Candidatos Autarquias Poder. Procurou-se, igualmente, entender em que circunstâncias as fontes revelavam a informação, o que foi feito através de uma grelha com os seguintes itens: a) Directo e/ou Exclusivo; b) Comunicado e Press Releases; c) Outros documentos; d) Assembleia e Sessões Colegiais; e) Cerimónia Oficial; f) Inauguração; g) Reunião e Audiências; h) Conferência de Imprensa; i) Visita e Viagens; j) Manifestações; k) Outros; l) Não identificado; m) Congressos e colóquios; n) Publicação e Difusão; o) Almoços e Jantares; p) Acção de Campanha.

Por último, contabilizaram-se as declarações que foram publicadas *on the record* e *on background*, bem como as publicadas *on deep background* – neste caso quando a informação não era atribuída a qualquer fonte.

## Resultados

Neste ponto, vamos retirar as primeiras conclusões do *corpus* documental constituído por 5 054 notícias exclusivamente publicadas nas secções de «Política» e/ou «Nacional» do *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Público*. De referir, a propósito, que na amostra noticiosa analisada foram identificadas 7 841 fontes, as quais vão ser alvo de mapeamento e comparação, segundo a sua natureza, grau de confidencialidade e meios de actuação.

Desde logo constata-se que, entre os quatro títulos analisados, o *Jornal de Notícias* é aquele que apresenta um maior volume de notícias de cariz eminentemente político (1 549), seguindo-se o *Correio da Manhã* (1 207), o *Público* (1 171) e, por fim, o *Diário de Notícias* (1 127).

Quanto às fontes de informação que foram identificadas na amostra noticiosa, o *Jornal de Notícias* apresenta o maior número absoluto (2 386), seguido do *Público* (2 017), do *Diário de Notícias* (1 757) e do *Correio da Manhã* (1 681). No entanto, o *Público* é o diário que utiliza mais fontes visíveis por notícia (1,7), enquanto o *Diário de Notícias* e o *Jornal de Notícias* registam valores iguais (ambos com 1,5) e, por último, surge o *Correio da Manhã* (1,4). Observa-se, de resto, que a procura de novas fontes (pelo menos as visíveis) acompanhou a evolução do número de notícias de cada jornal, coincidindo as tendências de crescimento e de queda de ambos os dados.

Analisando de forma integrada os quatro jornais, concluímos desde logo que 58,8% das fontes de informação do noticiário político provêm de partidos políticos e de elementos do governo. Donde, a maioria dos «fornecedores» de informação aos diários em estudo são políticos profissionais ou alguém em sua representação, muito provavelmente especialistas de relações públicas.

Neste contexto, e comparando os valores absolutos e percentuais, confirmamos que o *Diário de Notícias* (34,7%) e o *Público* (33,9%) dão prioridade às fontes de informação provenientes dos *Partidos Políticos na Oposição*. Os dois jornais também apresentam valores muito próximos na cobertura jornalística com base em fontes dos *Partidos Políticos no Poder*, 17% e 16,6%, respectivamente. A uma significativa distância destes valores surge o *Jornal de Notícias*, cuja percentagem de fontes dos *Partidos Políticos na Oposição* e dos *Partidos Políticos no Poder* se queda pelos 29,3% e 12,2%, respectivamente.

O *Correio da Manhã*, por seu turno, é o jornal que mais recorre a fontes da esfera do *Governo* (21,4%), enquanto os partidos políticos surgem num posição secundária. Neste âmbito, o *Público* é o diário que menos atenção dá às fontes do *Governo* (10,6%), seguido do *Jornal de Notícias* (13,3%) e do *Diário de Notícias* (16%). O *Presidente da República* e as restantes fontes da Casa Civil têm maior protagonismo no *Diário de Notícias* (4,2%) e menor no *Público* (2,6%).

Relativamente aos *Sindicatos e Ordens* (8,9%), importa referir que esta categoria de fontes assume maior notoriedade no noticiário do *Correio Manhã*, devido principalmente aos valores registados no início dos anos noventa. Comparativamente, este diário também dá um amplo destaque às *ONG e Organizações Governamentais*.

O *Público*, por sua vez, afigura-se como o jornal que maior destaque confere à *População* (3,4%). Mas, como se pôde verificar anteriormente, 57,9% da presença desta categoria de fontes ocorre em *Ações de Campanha*, ou seja, quase sempre os cidadãos anónimos assomam no noticiário político como elementos decorativos e pitoresco, à semelhança do que ocorre na cobertura televisiva. De referir, ainda relativamente ao *Público*, que o jornal também atribui algum protagonismo às fontes do *Poder Judicial* (2,6%) e da *Força Militar/Policial* (2,9%), sendo igualmente o que mais cita *Outros Órgãos de Comunicação Social* (1,3%).

Por último, e ainda no que diz respeito aos «actores» da notícia, interessa assinalar que a *Igreja* católica, apesar de ser uma instituição influente na sociedade portuguesa, regista uma fraca presença nos noticiários políticos dos quatro jornais, enquanto fonte de informação. Neste quadro, o *Correio da Manhã* e o *Jornal de Notícias*, ambos com uma percentagem de 0,8%, são os diários que mais atenção deram aos representantes da *Igreja*.

Comparando os quatro jornais a partir dos meios onde com a informação foi disponibilizada aos jornalistas, chegamos a uma conclusão principal e bastante elucidativa sobre as práticas editoriais da imprensa portuguesa: cerca de 20% das fontes são contactadas por iniciativa das redacções. Em concreto, o *Público* é o diário que mais procura informação de

moto próprio (24,5%), seguido do *Diário de Notícias* (22,1%), do *Jornal de Notícias* (20,7%) e, por último, do *Correio da Manhã* (17%). De igual modo, os dados confirmam que o *Público* é o que maior enfoque dá às *Ações de Campanha* (10,9%) e aos *Almoços e Jantares* (2,6%), sendo também, como já tínhamos referido, o órgão que mais cita outros *Órgãos de Comunicação Social* (4,4%) e o que mais usa e refere *Outros documentos* (3,6%).

No *Diário de Notícias*, por seu turno, as fontes políticas actuaram primordialmente em *Assembleias e Sessões Colegiais* (16,6%), na sua maioria jornadas e trabalhos na Assembleia da República. O jornal sediado na Avenida da República é também o que apresenta maior índice de cobertura de *Visitas e Viagens* (8%), numa correlação directa com a exposição mediática dada ao Presidente da República.

Entre os quatro títulos, o *Jornal de Notícias* é o que maior importância editorial dá às informações que chegam à sua redacção por *Comunicados e Press Releases* (6,1%), enquanto o seu principal rival lisboeta, o *Correio da Manhã*, é aquele que apresenta menor índice de iniciativa jornalística (17%). Este último jornal lidera várias categorias de cobertura induzida, tais como as *Reuniões e Audiências* (10%), os *Congressos e Colóquios* (9,8%), as *Conferências de Imprensa* (8,5%) e as *Cerimónias Oficiais* (5%).

No que toca ao grau de confidencialidade, concluímos que cerca de 80% da informação é produzida a partir de fontes *on the record*. O *Jornal de Notícias*, com 81,7%, é aquele cuja prática de atribuição da origem da informação assume maior frequência, enquanto o *Diário de Notícias*, com menos 6 pontos percentuais, é que o apresenta uma taxa de inconfiabilidade mais baixa. Este último jornal lidera, aliás, na utilização de fontes *on background*. Já o *Público*, por sua vez, apresenta o maior volume de fontes *on deep background*, parecendo, por vezes, que algumas notícias políticas nascem por inspiração divina.

Como é natural, quase todas as fontes identificadas ao longo deste trabalho se encontram na gigante categoria de «fontes oficiais». De fora, nas «fontes não oficiais», decidimos colocar a *População* e ainda três grupos que, ao longo da pesquisa, sempre se evidenciaram através de declarações avulsas, sem dimensão formal e suporte oficioso. Falamos das categorias *Meio Artístico e Cultural*, *Poder Associativo e Estudantil* e *Especialistas*. Neste âmbito, criámos ainda outra categoria para classificar as fontes «Não identificadas/atribuídas».

Apesar do domínio das «fontes oficiais» ser, à partida, previsível, visto tratar-se de um estudo centrado em notícias políticas, a hegemonia deste tipo de fontes é, a todos os títulos, surpreendente. Nem mesmo o *Público*, que apresenta o valor mais dissonante (88,2%), se encontra longe da média global de utilização de «fontes oficiais»: uns esmagadores 91,3%!

Decidimos, por isso, criar uma tabela com um outro grupo de categorias que nos ajudasse a compreender a real ponderação entre aqueles que exercem o poder, os que protagonizam a oposição política ou pertencem a grupos de pressão e todos os que surgem nas notícias assumindo posições neutras ou integrando grupos sociais de reconhecida independência.

Na categoria de «Forças de Exercício do Poder» decidimos, então, colocar os seguintes

grupos de fontes: *Candidato Autarquia Poder, Candidato Presidenciais Poder, Empresas, UE, Finanças e Banca, Força Militar/Policial, Governo, Governo Estrangeiro, Organizações Governamentais, Partido Político no Poder, Poder Judicial, Poder Local e Presidente e Casa Civil*. Na «Oposição e Grupos de Pressão» incluímos, por sua vez, os seguintes grupos: *Candidato Autarquia Oposição, Candidato Presidenciais Oposição, ONG, Outros OCS, Igreja, Partido Político na Oposição, Poder Associativo e Estudantil, Poder Local Oposição, População e Sindicatos e Ordens*. Para terminar, na categoria «Neutros ou Não Identificados» alinhámos a *Casa Pia, Desporto, Especialista, Meio Artístico e Cultural, Não Identificado, Outros, Saúde e Universidade*.

Também neste domínio, o produto jornalístico final dos quatro diários é muito próximo, verificando-se uma ligeira supremacia das fontes de informação que exercem o poder sobre todas as outras categorias. Mas há uma excepção. Relativamente ao *Público*, regista-se uma diferença de 1,4% face aos restantes jornais. Isto porque o diário do grupo Sonae privilegia, na sua secção de política, as fontes oriundos da «Oposição e Grupos de Pressão». O *Público* consubstancia também uma tendência dissonante no que concerne às fontes «Neutras ou Não Identificadas», com valores acima dos seus congéneres da imprensa diária. Mas se tivéssemos que identificar o jornal mais *sui generis*, não hesitaríamos em apontar o *Correio da Manhã*, com valores repartidos de 53,3%, 39,6% e 7,1% nas três categorias.

Os dois títulos mais antigos, *Jornal de Notícias* e *Diário de Notícias*, apresentam valores semelhantes, mas com um visível e mais acentuado fosso entre poder e oposição no DN.

No que concerne ao papel que as fontes profissionais de informação desempenharam no processo de construção de notícias e, até mesmo, no estabelecimento de uma determinada «ordem do dia» ou agenda mediática, decidimos criar uma última tabela de ponderação, a partir das 7 841 fontes examinadas ao longo do estudo. Depois de comparados os meios através dos quais as fontes operaram em cada jornal, considerámos, então, pertinente desenvolver uma nova tabela abarcando duas grandes categorias: «Cobertura por Iniciativa» da redacção e «Cobertura Induzida» por factores externos à redacção.

Na categoria «Cobertura por Iniciativa» colocámos todos os meios associados a uma prática voluntariosa da redacção, tais como os contactos *Directo e/ou Exclusivo*, as *Manifestações*, os *Outros documentos* e as citações de outros órgão de comunicação social através da *Publicação ou Emissão*. Na «Cobertura Induzida» agrupámos os acontecimentos que, como é do conhecimento público, têm uma ampla intervenção de técnicos e peritos de comunicação, vulgarmente apelidados de «assessores»: *Acção de Campanha, Almoços e jantares, Assembleias e Sessões Colegiais, Cerimónias Oficiais, Comunicados e Press Releases, Conferências de Imprensa, Congressos e Colóquios, Inaugurações, Reuniões e Audiências e Visitas e Viagens*.

Tendo em conta os dados da tabela, verificamos que só 28,4% da informação publicada

pelos quatro jornais diários foi obtida por iniciativa própria, ao passo que 60,1% tem por base uma influência externa ou uma acção premeditada de persuasão (ou *spin*). Neste cenário, o *Público* (33,3%) constitui o título que mais actua por moto próprio. Embora maioritária dentro da cobertura total do jornal, a percentagem de «Cobertura Induzida» é a menor dos quatro diários em estudo (56,6%). Em contraponto, o *Correio da Manhã* é o que apresenta um menor índice de «Cobertura por Iniciativa» (23,7%) e o *Jornal de Notícias* é o que reúne um maior volume de informação induzida por outrem (62,3%).

Atentando unicamente no *Público*, porventura aquele que melhor encaixa no perfil da imprensa de referência, constatamos que apenas um terço do seu produto jornalístico resulta de iniciativa redactorial. E, se restringirmos os meios de «Cobertura por Iniciativa» às categorias *Directo e/ou Exclusivo* e *Publicação e Emissão* (produtos publicados ou difundidos por outros órgãos de comunicação social), obtemos dados ainda mais perturbantes, à luz dos cânones de independência e isenção normalmente associados ao exercício do jornalismo. Nesta perspectiva, o *Público* continuaria a ser o jornal com maior número de notícias baseadas em fontes que auscultou por vontade própria (28, 9%), seguido do *Diário de Notícias* (25,4%), do *Jornal de Notícias* (23,8%) e do *Correio da Manhã* (19,3%).

## Conclusões

Perante os dados obtidos neste estudo, rapidamente concluímos que cerca de 60% do noticiário político é dominado pelas fontes do Governo e de partidos políticos com assento na Assembleia da República. As forças partidárias na oposição, que nas últimas legislaturas se traduziram em quatro/cinco partidos com representação parlamentar, constituem o grupo de fontes com maior projecção mediática.

Mas este indicador é capcioso, uma vez que, se à presença de fontes governamentais no noticiário for acrescentada a intervenção de fontes dos partidos que apoiam os executivos, então verificamos que as forças político-ideológicas que exercem o poder têm a mesma visibilidade mediática que as da oposição ou de contra-poder. Prova-se, assim, que os quatro grandes diários portugueses – *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias* e *Público* – tratam com equidade jornalística os dois grandes pesos da balança política: poder e oposição.

O noticiário impresso tem por base 80% de informação com atribuição da fonte e o restante com reserva da identidade da fonte, concluindo-se, desta forma, que os jornalistas portugueses são cuidadosos e comedidos no que concerne aos graus de confidencialidade utilizados na construção de notícias (*on background* e *on deep background*).

Importa referir, a este respeito, que os dois diários que melhor encaixam no perfil da imprensa de referência, *Diário de Notícias* e *Público*, são os que mais recorrem a fontes anónimas, quer *on background*, quer *on deep background*. O que significa que, em confor-

midade com a sua índole editorial típica dos *quality papers*, os dois jornais procuram fugir à informação intencionalmente colocada no espaço público, tendo em vista a publicação de notícias com dados em primeira-mão e em exclusivo.

Com este propósito, *Diário de Notícias* e *Público* tendem a cultivar uma relação sustentada e duradoura com as fontes mais próximas do poder e da oposição, de forma a delas extrair informação politicamente mais melindrosa ou sensível – a qual, por esse facto, só pode ser transmitida anonimamente.

Aliás, *Diário de Notícias* e *Público* são, igualmente, os títulos que apresentam um maior índice de «Cobertura por Iniciativa». Também neste domínio os dois matutinos voltam a fazer jus ao epíteto de «jornais de referência», evidenciando uma maior apetência pela demanda de notícias e uma menor predisposição para o «jornalismo de secretária», que consiste na recepção passiva da informação proveniente das fontes profissionais.

Também se finda esta dissertação com a certeza da hegemonia das fontes oficiais, que constituem mais de 90% dos «fornecedores» de informação identificados. Contudo, este valor não surpreende e nem deve ser projectado para outras secções dos jornais, pois a área analisada é composta, quase em exclusivo, por fontes intrinsecamente institucionais.

Percebeu-se também, ao longo da investigação, que 20% das notícias são produzidas por contacto directo da redacção com o protagonista político e que cada grupo de fontes tem o seu meio estratégico de fazer passar a informação para a Comunicação Social. Se nuns advém do normal exercício das suas funções ou dos cargos que exercem, noutros há uma clara adaptação ao ritmo, hábitos, necessidades e exigências da imprensa.

A conclusão mais surpreendente deste estudo é, porém, a circunstância de só um terço do produto jornalístico dos diários estudados ser produzido por iniciativa das redacções. Mais de 60% das notícias resultam, pois, de uma acção de indução por parte de assessores de imprensa, relações públicas, consultores de comunicação, porta-vozes e outros peritos de *spin doctoring* – ou seja, são determinadas pelas chamadas fontes sofisticadas de informação.

Outro dado que avulta desta investigação é a incapacidade do consumidor das notícias de detectar a intervenção dos técnicos de comunicação e relações públicas na construção das mesmas. Isto porque só em 1,3% do total das notícias analisadas foram identificadas fontes profissionais de informação, facto que faz jus ao rótulo «sombra» frequentemente colado a estes profissionais.

## BIBLIOGRAFIA

- AACS (1998). Acesso às Fontes de Informação. In Colóquio Acesso às fontes de informação (ed. AACS): Culturgest/Lisboa.
- Berlo, David K. (2003). *O Processo da Comunicação: Introdução à Teoria e à Prática*. 10ª. Martins Fontes: São Paulo.
- Blumler, Jay G. (1992). *News Media in Flux: An Analytical Afterword*. Journal of Communication. 42, 100-107.

- Blumler, Jay G. & Gurevitch, Michael (2005). Rethinking the Study of Political Communication. In *Mass Media and Society*. (ed. J. Curran and M. Gurevitch), pp. 104-121. Sage: London.
- Chaparro, Manuel Carlos (2001). *Linguagem dos Conflitos*. Minerva: Coimbra.
- Davis, Aeron (2000). *Public Relations, Business News and the Reproduction of Corporate Elite Power*. Journalism. 1, 282-304.
- Davis, Aeron (2000). *Public Relations, News Productions and Changing Patterns of Source Access in the British National Media*. Media Culture Society. 22, 39-59.
- Davis, Aeron (2003). *Public Relations and News Sources*. In *News, Public Relations and Power*. (ed. S. Cottle), pp. 27-42. Sage Publications: London.
- Davis, Aeron (2003). *Whither Mass Media and Power? Evidence for a Critical Elite Theory Alternative*. Media, Culture & Society. 25, 669.
- Deacon, David (2003). *Non-Governmental Organisations and the Media*. In *News, Public Relations and Power*. (ed. S. Cottle), pp. 99-116. Sage Publications: London.
- Duarte, Jorge (2002). *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia*. Editora Atlas: São Paulo.
- Ericson, Richard V., et al. (1989). *Negotiating Control - a Study of News Sources*. University of Toronto Press: Toronto.
- Esteves, João Pissarra (1995). *Novos Desafios para Uma teoria Crítica da Sociedade. A Questão Política da Comunicação Moderna*. Revista de Comunicação e Linguagens 21-22, 89-104.
- Fawkes, Johanna (2004a). Public Relations and Communications. In *The Public Relations Handbook*. (ed. A. Theaker), pp. 20-31. Routledge: Oxfordshire.
- Fawkes, Johanna (2004b). What Is Public Relations? In *The Public Relations Handbook*. (ed. A. Theaker), pp. 3-17. Routledge: Oxfordshire.
- Fishman, Mark (1980). *Manufacturing the News*. University of Texas Press: Austin.
- Fishman, Mark (1997). News and Nonevents. In *Social Meanings of News: A Text-Reader*. (ed. D. Berkowitz), pp. 210-229. Sage: London.
- Gans, Herbert J. (1979). *Deciding What's News : A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Northwestern University Press: Evanston.
- Gregory, Anne (2005). *Planning and Managing Public Relations Campaigns*. Kogan Page: London.
- Gurevitch, Michael & Curran, James (1993). A Construção do Noticiário Eleitoral: Um Estudo de Observação na BBC. In *Jornalismo: Questões, Teorias E "Estórias"*. (ed. N. Traquina), pp. 191-213. Vega: Lisboa.
- Gurevitch, Michael & Dahlgren, Peter (2005). Political Communications in a Changing World. In *Mass Media and Society*. (ed. J. Curran and M. Gurevitch), pp. 375-293. Sage: London.
- Hackett, Robert A. (1993). Declínio de um Paradigma? A Parcialidade e a Objectividade nos Estudos dos Media Noticiosos. In *Jornalismo: Questões, Teorias E "Estórias"*. (ed. N. Traquina), pp. 101-130. Vega: Lisboa.
- Hall, Stuart, et al. (1993). A Produção Social Das Notícias: O Mugging nos Media. In *Jornalismo: Questões, Teorias E "Estórias"*. (ed. N. Traquina), pp. 224-248. Vega: Lisboa.
- Hall, Stuart, et al. (1999). *Policing the Crisis*. In *News: A Reader*. (ed. H. Tumber), pp. 249-256. Oxford University Press: Oxford.
- Hess, Stephen (1984). *The Government/Press Connection: Press Officers and Their Offices*. The Brookings Institution: Washington D.C.

- Hess, Stephen (2000). *The Little Book of Campaigning Etiquette: For Everyone Wint a Stake in Politicians and Journalists*. The Brookings Intitution: Washington D.C.
- Katz, Elihu (1992). The End of Journalism? Notes on Watching the War. *Journal of Communication*. 42, 5-13.
- Katz, Elihu (1993). Os Acontecimentos Mediáticos: O Sentido de Ocasão. In *Jornalismo: Questões, Teorias E "Estórias"*. (ed. N. Traquina), pp. 52-60. Vega: Lisboa.
- Lampreia, J. Martins (1999). *A Assessoria de Imprensa nas Relações Públicas*. 2ª. Europa-América: Men Martins.
- Lopes, Boanerges (1995). *Assessoria de Imprensa*. Brasiliense: São Paulo.
- Lopez, Manuel (2004). *Como se Fabrican las Noticias - Feuntes, Seleccion y Planificación*. Paidós: Barcelona.
- Manning, Paul (2001). *News and News Sources*. Sage Publications: London.
- Mcnaire, Brian (2003). *An Introduction to Political Communication*. 3ª. Routledge: London.
- Mcquail, Denis (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa.
- Mencher, Melvin (1991). *News Reporting and Writing*. 5ª. Wm. C. Brown Publishers: Dubuque.
- Molotch, Harvey & Lester, Marilyn (1993). As Notícias como Procedimento Intencional: Acerca do Uso Estratégico de Acontecimentos de Rotina, Acidentes e Escândalos. In *Jornalismo: Questões, Teorias E "Estórias"*. (ed. N. Traquina), pp. 42-51. Vega: Lisboa.
- Molotch, Harvey & Lester, Marilyn (1997). *News as Purposive Behaviour. In Social Meanings of News: A Text-Reader*. (ed. D. Berkowitz), pp. 193-210. Sage: London.
- Moutinho, Ana Viale & Sousa, Jorge Pedro (2002). Assessoria de Imprensa na Europa. In *A Assessoria De Imprensa E O Relacionamento Com a Mídia*. (ed. J. Duarte), pp. 69-80. Atlas Editora: São Paulo.
- Pinto, Manuel (1999). Fontes Jornalísticas: Contributos para o Mapeamento do Campo. In *III Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação* (ed. U. d. Minho): Braga.
- Pinto, Ricardo Jorge (1997) *The Evolution of Structure of Political Journalism in four quality Newspapers (1970-1995)*. Sussex. University of Sussex, ph.d: 284.
- Richard, Paul (1998). *Be Your Own Spin Doctor: A Pratical Guide to Using the Media*. Methuen Publishing: London.
- Ries, Al & Ries, Laura (2003). *A Queda da Publicidade e a Ascensão das Relações Públicas*. Editorial Notícias: Lisboa.
- Rodrigues, Adriano Duarte (1993). O Acontecimento. In *Jornalismo: Questões, Teorias E "Estórias"*. (ed. N. Traquina), pp. 27-34. Vega: Lisboa.
- Rodrigues, Adriano Duarte (1997). *Estratégias de Comunicação*. Editorial Presença: Lisboa.
- Santos, Rogério (1997). *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Minerva Editora: Coimbra.
- Santos, Rogério (2003). *Jornalistas e Fontes de Informação*. Minerva: Coimbra.
- Schlesinger, P. (1993 ). Os Jornalistas e a Máquina do Tempo. In *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. (ed. N. Traquina), pp. 177-190. Vega: Lisboa.
- Schlesinger, Philip (1998). *Scottish Devolution and the Media*. The Political Quarterly. 69, 55-74.
- Serrano, Estrela (2002). *As Presidências Abertas de Mário Soares - As Estratégias e o Aparelho de Comunicação do Presidente da República*. Minerva: Coimbra.
- Sigal, Leon V. (1973). *Reporters and Officialls - the Organisation and Politics of Newsmaking*. D.C. Heath and Company: Lexington.

- Sigal, Leon V. (1986). Who? Sources Make the News. In *Reading the News*. (ed. R. K. Manoff and M. Schudson), pp. 9-37. Random House: New York.
- Somerville, Ian (2004). Public Relations, Politics and the Media. In *The Public Relations Handbook*. (ed. A. Theaker), pp. 32-47. Routledge: Oxfordshire.
- Sousa, Jorge Pedro (2000). *As Notícias e os seus Efeitos*. Minerva: Coimbra.
- Sousa, Jorge Pedro (2002). A Utilização de Fontes Anónimas no Noticiário Político dos Diários Portugueses de Referência. In BOCC, <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-utilizacao-fontes-anonimas.pdf>.
- Sousa, Jorge Pedro (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. 2ª edição. Universidade Fernando Pessoa: Porto.
- Traquina, Nelson (1993). As Notícias. In *Jornalismo: Questões, Teorias E "Estórias"*. (ed. N. Traquina), pp. 167-176. Vega: Lisboa.
- Traquina, Nelson (2000). *O Poder do Jornalismo: Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Minerva: Coimbra.
- Traquina, Nelson (2002). *Jornalismo*. Quimera: Lisboa.
- Tuchman, Gaye (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. The Free Press: Nova Iorque.
- Tuchman, Gaye (1993). Contando Estórias. In *Jornalismo: Questões, Teorias E "Estórias"*. (ed. N. Traquina), pp. 258-262. Vega: Lisboa.
- Tuchman, Gaye (1997). Making News by Doing Work. In *Social Meanings of News: A Text-Reader*. (ed. D. Berkowitz), pp. 173-192. Sage: London.
- Tuchman, Gaye (1993). A Objectividade como Ritual Estratégico: Uma Análise das Noções de Objectividade dos Jornalistas. In *Jornalismo: Questões, Teorias E "Estórias"*. (ed. N. Traquina). Vega: Lisboa.
- Wolf, Mauro (1992). *Teorias da Comunicação*. Editorial Presença: Lisboa.