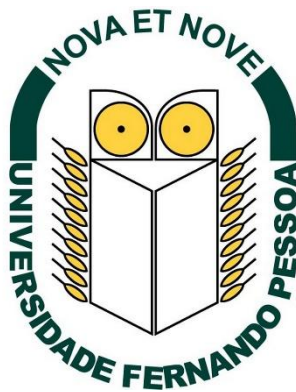


Ana Maria Lopes da Silva



O Jornalismo Económico como forma de Jornalismo Especializado.

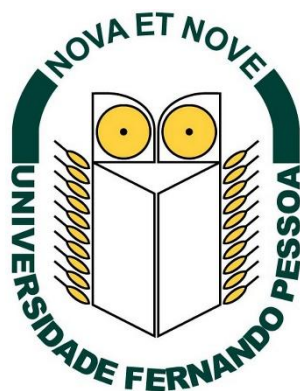
O perfil do *Jornal de Negócios*.

UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2017

Ana Maria Lopes da Silva



O Jornalismo Económico como forma de Jornalismo Especializado.

O perfil do *Jornal de Negócios*.

UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2017

Ana Maria Lopes da Silva

O Jornalismo Económico como forma de Jornalismo Especializado.

O perfil do *Jornal de Negócios*.

Trabalho apresentado à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação: Jornalismo, sob orientação científica do Professor Jorge Pedro Sousa.

Resumo

Tendo em conta a pertinência desta temática que é o Jornalismo Económico e a escassez de evidências empíricas relativas ao seu papel na comunicação social, o presente estudo tem como objetivo analisar que influência tem a economia no jornalismo e o papel decisivo dos jornalistas especialistas. Dado que só há poucos anos o Jornalismo Económico se começou a evidenciar perante os meios de comunicação social e no interior das redações, sendo notório o seu crescimento até aos dias de hoje, é importante compreender de que forma este se fomentou em Portugal e, perante todos os seus desafios e vicissitudes, de que igual forma começou a atrair cada vez mais profissionais da área e o próprio público.

O presente trabalho assenta, primeiramente, numa pesquisa literária que se centrou na recolha de informação acerca do surgimento e desenvolvimento do Jornalismo Económico em Portugal. Num segundo momento foi realizada uma metodologia de um estudo de caso, o perfil do *Jornal de Negócios*, a partir da análise quantitativa de dez jornais, no sentido de se avaliar a forma de como está organizado.

Os resultados obtidos após a conclusão deste estudo, evidenciam que este género de jornal económico centra-se principalmente em temáticas de cariz económico, financeiro e político-social, com atores principais como os políticos, os empresários e os especialistas, o principal interesse para um público, também ele, cada vez mais especializado em economia.

Palavras-Chave: Jornalismo, Economia, Generalidades, Especialização, Códigos Deontológicos, Desafios, Negócios.

Abstract

Considering the pertinence of this issue which is the Economic Journalism and the lack of empirical evidence regarding its role in social communication, this study aims to analyse what influence the economy has in journalism and the decisive role of journalists. Given that only a few years ago economic journalism began to appear before the media and within the newsrooms, and its growth is notorious until today, it is important to understand how it was fostered in Portugal and, before all challenges and vicissitudes, in which same way began to attract more and more professionals of the area and the public itself.

The present work is based, first, on a literary research that focused on the collection of information about the emergence and development of Economic Journalism in Portugal. In a second moment, a methodology of a case study, the profile of *Jornal de Negócios* was carried out, based on the quantitative analysis of ten newspapers, in order to evaluate the way in which it is organized.

The results obtained after the conclusion of this study show that this type of economic newspaper focuses mainly on themes of an economic, financial and political-social nature, with key actors such as politicians, entrepreneurs and specialists, the main interest for a public, as well, increasingly specialized in economics.

Keywords: Journalism, Economy, General, Specialization, Deontological Codes, Challenges, Business.

Dedicatória

Dedico este trabalho a todos aqueles que acreditaram em mim e que desde sempre, de alguma forma, me incentivaram a realizá-lo e a terminá-lo. A todos os meus amigos e familiares que desde o início desta jornada estiveram presentes nos momentos de grandes receios aos momentos das mais pequenas conquistas.

Agradecimentos

Termina assim esta etapa do meu longo percurso académico, com alguns altos e baixos, mas chegou a hora de conferir os meus agradecimentos a todas as pessoas que contribuíram de forma positiva, para o cumprimento deste projeto.

As primeiras palavras de agradecimento vão para o professor e supervisor desta tese, Jorge Pedro Sousa que, desde o início, me acompanhou como orientador e por tudo o que me foi ensinando.

Agradeço aos meus pais por todo o apoio e por sempre me incentivarem na realização deste objetivo ao longo deste percurso. Por sempre me mostrarem qual a verdadeira prioridade.

Ao Tiago, agradeço do fundo do meu coração por ter estado ao meu lado desde o primeiro dia, por ter sido fundamental na concretização deste propósito. Obrigada por todo o companheirismo, por todo o amor, por todo o encorajamento e compreensão, principalmente naqueles momentos de maior cansaço, dos devaneios com uma ponta de medo. Obrigada principalmente por acreditares em mim.

À Carla, por todo o interesse e preocupação em saber como as coisas corriam, por toda a motivação e por nunca me ter deixado perder o meu verdadeiro foco, por toda a confiança que depositou em mim desde o primeiro momento. Obrigada por estares sempre presente agora e ao longo de todos estes anos.

Agradeço igualmente aos meus restantes amigos que acompanhando mais de longe, sempre me deram apoio, em especial à Ana e ao Luís.

Posto isto, a todos os meus mais sinceros agradecimentos!

Índice

Resumo	III
Abstract.....	IV
Dedicatória.....	V
Agradecimentos	VI
Índice	VII
Índice de Gráficos.....	IX
Índice de Tabelas	X
Índice de Figuras	XI
Introdução	1
Capítulo I – A Economia	5
1- Desenvolvimento do Setor Económico em Portugal.....	5
2- A Economia do Século XXI	9
Capítulo II – Jornalismo Especializado numa vertente generalista	11
1- Uma perspetiva do Jornalismo Generalista	11
1.1- Teorias do Jornalismo. A explicação das notícias.....	15
2- O que se entende por Jornalismo Especializado?	19
2.1- Inícios de uma orientação para uma especialização e o seu Desenvolvimento	26
2.2-Os Jornalismo Especializados mais comuns	32
2.3-Jornalista Especializado e Jornalista Generalista	36
3- O que é necessário para formar um Jornalista Especializado em Economia	39
Capítulo III – Enquadramento e Desafios do Jornalismo Económico	44
1- Breve Contextualização	44
2- Ética, Moral e Deontologia.....	52
2.1- O que é a Ética?	54
3- Jornalismo Económico e os seus desafios	63
3.1- As Fontes de Informação	70
Capítulo IV – O Perfil Editorial do <i>Jornal de Negócios</i>	77
1- Enquadramento Histórico e Espacial do Jornal	77
2- Metodologia do Estudo de Caso	78
3- Apresentação e discussão dos dados. Análise Quantitativa.....	81
Conclusões	91

Bibliografia.....	94
Anexos.....	101

Índice de Gráficos

Gráfico 1	82
Gráfico 2	83
Gráfico 3	84
Gráfico 4	86
Gráfico 5	87
Gráfico 6	88
Gráfico 7	90

Índice de Tabelas

Tabela 1	81
Tabela 2	82
Tabela 3	84
Tabela 4	85
Tabela 5	87
Tabela 6	88
Tabela 7	89

Índice de Figuras

Figura 1.....	101
Figura 2.....	101
Figura 3.....	101
Figura 4.....	102
Figura 5.....	102
Figura 6.....	102
Figura 7.....	103
Figura 8.....	103
Figura 9.....	103
Figura 10.....	104
Figura 11.....	104
Figura 12.....	104
Figura 13.....	105
Figura 14.....	105
Figura 15.....	105
Figura 16.....	106
Figura 17.....	106
Figura 18.....	108
Figura 19.....	106
Figura 20.....	107
Figura 21.....	107
Figura 22.....	107
Figura 23.....	107
Figura 24.....	107
Figura 25.....	107
Figura 26.....	108
Figura 27.....	108
Figura 28.....	108
Figura 29.....	108
Figura 30.....	108
Figura 31.....	108
Figura 32.....	109

Figura 33.....	109
Figura 34.....	109
Figura 35.....	109

Introdução

“Os números e os seus prestidigitadores não são a primeira lembrança quando alguém se deixa envolver pelo mundo jornalístico, também ele mágico, pela capacidade de transformar temas em impacto. A maleabilidade das palavras pode entrar em choque com a dureza dos números. Apesar do humor com que tentámos abordar o tema, na verdade, a economia e o jornalismo gozam de uma relação complexa mas antiga, que remonta aos primórdios da própria actividade jornalística” (Martins, 2007, p. 18)

O presente trabalho tem como finalidade estudar o surgimento e desenvolvimento do jornalismo económico em Portugal, assim como os principais desafios que se impuseram durante o seu processo de crescimento e de que forma conseguiu aliciar cada vez mais jornalistas para esta área. Realce-se que primeiramente foi feita uma breve alusão ao Jornalismo Generalista, como base para entendermos realmente de que forma se deu um salto para o jornalismo económico e a sua especialização.

Este interesse pelo tema surgiu no âmbito de haver uma certa escassez em relação a documentos do fórum económico, sobretudo em Portugal. O jornalismo económico é visto como um “guia de sobrevivência” (Caldas cit. in Martins, 2007, p. 10), que através de uma linguagem mais simples, descodificando a complicada, pretende comunicar a todo um público, desde os mais instruídos aos menos formados.

Nos dias de hoje o jornalismo económico já é visto com outros olhos, pois o próprio público ou telespetador procura essencialmente estar informado acerca da situação atual do país, da nossa sociedade, pois até então o jornalismo económico, ou melhor, a economia era vista como um enigma, de uma linguagem impercetível. Hoje em dia encontramos um público mais especializado, ao contrário do público que se observava no século XXI. Esta área do jornalismo é fundamental no sentido de dar a conhecer a toda

a gente a verdadeira realidade em que estão inseridos, pois a economia encontra-se em tudo da nossa sociedade e da nossa vida.

Para muitos o Jornalismo Económico pode ser apenas um código ainda muito limitado, uma compilação de números indecifráveis, de gráficos, com um único destino, os técnicos e especialistas em economia. Mas de certa forma é algo que deve realmente fazer parte do nosso cotidiano, é algo que todos os públicos devem ter interesse, apesar de as mudanças da percepção e do aumento da capacidade de compreensão das pessoas ter sido notória ao longo destes anos.

Desde os finais do século XVIII e inícios do século XIX que a imprensa foi assinalada pelo propósito da economia, sendo nos anos 80 que as publicações de cariz económico começaram a ganhar cada vez mais destaque na imprensa Portuguesa. Após os desenvolvimentos das tecnologias e dos órgãos de comunicação, dos próprios meios de comunicação, são os próprios jornalistas que começam a sentir a necessidade de se especializarem para conseguirem fazer frente ao abordarem mais aprofundadamente os temas económicos, de forma a conseguirem melhorar a informação que passam para o leitor.

É igualmente importante de realçar o papel do jornalista no desenvolver deste género de jornalismo, podemos considerar que o seu papel e a forma como ele transmite a economia para o público é fundamental. Podemos constatar que no Jornalismo Económico é a forma e a linguagem do próprio jornalista que pode tornar esta temática maçadora. A linguagem utilizada nesta vertente deve ser clara, objetiva e concisa, e desta forma antes de o leitor perceber o que está a ler é o próprio profissional que deve entender e perceber o que está a escrever, só assim o objetivo de atingir um maior número de leitores e o objetivo de estes se aproximarem cada vez mais da economia, será atingido.

No entanto a sua falta de formação específica relativamente à economia e a sua dificuldade em estabelecer um diálogo com as fontes de informação, notórias desde os seus primórdios, são vistas inicialmente como uma barreira. Ou seja, todo este incómodo por parte de ambos, resultado de uma falta de confiança e na falta de diálogo, acaba com o jornalista a tentar retirar o máximo de informações secretas para publicar e a fonte a tentar esconder tudo que lhe impeça de ter uma boa visibilidade e mérito. Muitas vezes os

especialistas ou economistas designam os jornalistas de ignorantes, sem o devido entendimento da linguagem económica chegando mesmo a distorcer as informações dadas, e por sua vez os próprios jornalistas consideram inexplicável o que os economistas dizem. Se os jornalistas não entenderem o que o especialista ou o empresário lhes comunicou, os jornalistas não vão saber transcrever essas informações.

A relação entre jornalista e fonte é muitas vezes vista como uma relação de negociabilidade, existem interesses de ambas as partes, e com este desenvolvimento e profissionalização dos jornalistas ao longo dos anos, as fontes tentam “marcar a agenda dos media, jogar o seu jogo, tirar partido da sua lógica de funcionamento e, por esta via, atingir os objetivos que são, em primeiro lugar, os dos interesses que servem” (Pinto, 2000, p. 282).

Relativamente à organização deste trabalho, no Capítulo I é retratado de forma breve a forma como se foi desenvolvendo a economia em Portugal, desde os Descobrimentos Portugueses, passando pela Revolução Democrática de 1974 e a entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia (CEE) até aos dias de hoje.

Num segundo capítulo elabora-se um desenvolvimento do jornalismo especializado mas numa vertente mais generalista, retratando de que forma as notícias se formam e a importância que tem sobre o público. É igualmente retratado a especialização jornalística e as particularidades para a sua prática, abrangendo a problematização da formação profissional.

O Capítulo III centra-se na reflexão sobre como surgiu e se desenvolveu o jornalismo económico em Portugal, a sua contextualização, e ainda sobre os desafios que se colocaram à prática do jornalismo a esta prática, ao jornalismo económico. De seguida, analisam-se os Códigos Deontológicos pela qual o jornalismo e o jornalista têm que se reger, de que forma o profissional deve tomar as suas atitudes perante o meio que o rodeia, o público e as fontes, evidenciando os Princípios Internacionais da Ética.

Numa segunda parte do trabalho, no quarto e último capítulo, a partir de uma investigação de natureza quantitativa, que assenta no estudo de caso do Jornal de Negócios, vai poder observar-se através da análise de dez jornais, período compreendido de duas semanas, de que forma o seu perfil está organizado. Esta análise consiste assim em mostrar quais as temáticas mais presentes neste jornal económico, como economia,

finanças ou política, entre outras, que tipo de personagens mais aparecem, como políticos, empresários ou mesmo especialistas e em que contextos mais se enquadram.

Capítulo I

A Economia

1. Desenvolvimento do Setor Económico em Portugal

Como bem sabemos, os conhecimentos e Descobrimientos Portugueses foram acontecimentos com bastantes implicações económicas na Economia portuguesa. No entanto, não é sobre os Descobrimientos Portugueses que vamos falar neste capítulo, mas é importante ressaltar desde o início que teve grande relevância no aparecimento de fenómenos e problemas económicos que viriam a surgir.

Como nos diz Joaquim de Carvalho (1938 *cit. in* Cardoso, 1997, p. 55), “é nos Descobrimientos que radica, em grande parte, este impulso vital de uma nova cultura, dado que os novos fatos e as novas observações compelião o homem de ciência a converter-se de erudito em sóbrio, de conservador do saber em investigador e criador de explicações mais coerentes com a realidade e mais eficientes na aplicação técnica”.

Existem alguns aspectos que devemos identificar como os principais factores das mudanças na Economia, os quais que Manuela Silva (2004) ressalva na sua obra *O Trabalho na Economia e na Sociedade Portuguesas do Século XXI – Desafios e oportunidades para uma nova ecologia social*.

Começamos pela evolução da tecnologia e a sua existência no seio das relações económicas, onde esta evolução não é algo a que se assiste a primeira vez. Para Silva (2004, p. 22) trata-se de um “fenómeno positivo que não só permite diminuir a penosidade física do trabalho como proporciona consideráveis aumentos de produção e produtividade”. Ou seja, este crescimento económico estará sempre associado à criação e desenvolvimento das tecnologias. Assiste-se portanto, a um aumento da substituição do

trabalho humano pelo uso cada vez maior de máquinas e, nas palavras de Silva esta evolução e “inovação tecnológica¹” trata-se de uma “tendência irreversível”.

De seguida, outro factor é a globalização e a gradual financeirização da economia e o seu impacto no trabalho humano. Para Silva este factor é igualmente prejudicial para a mão-de-obra. A autora (2004, p. 25) diz-nos que esta evolução, “associada à globalização, também se faz sentir muito negativamente na posição relativa do trabalho e da situação dos trabalhadores nas empresas. Com efeito, para corresponder às expectativas de maior lucro dos títulos de capital cotados em bolsa, os gestores não hesitam, muitas vezes, em recorrer a reestruturações de empresa – que visam directamente a redução significativa do pessoal empregue – libertando, assim, mão-de-obra que vai engrossar o volume do desemprego estrutural e transferindo para a sociedade os ónus sociais decorrentes das suas reestruturações”.

Outro vetor é a inclusão da economia portuguesa no espaço europeu e os desafios resultantes da próxima entrada na União Europeia de novos Estados-membros, que faz com que Portugal face frente “a novos desafios resultantes de uma concorrência entre parceiros com economias e organização social muito desiguais” (Silva, 2004, p. 26).

Seguidamente observa-se um enfraquecimento da função do Estado e a carência de regulação da economia mundial, facto este em que é defendido a concretização de esforços “no sentido da edificação de um novo tipo de regulação que seja compatível com as exigências da competitividade e do mercado, mas sem deixar de respeitar a dignidade da pessoa humana, os direitos sociais das populações e a salvaguarda do equilíbrio ecológico” (Silva, 2004, p. 29).

A “orientação liberal e de pendor assistencialista da política social”, trata-se de um dos últimos fatores, em que a curvatura sobre um rumo da política social é vista com preocupação pois, nas palavras de Silva em que “pode ter efeitos muito negativos no bem-estar geral da população, sobretudo a mais carenciada, estigmatiza a população assistida e enfraquece os vínculos da solidariedade e da coesão social, reforçando desigualdades e criando clivagens entre os cidadãos, no que diz respeito a bens e serviços básicos, como a saúde, a segurança social ou a educação” (Silva, 2004, p. 30).

¹ Esta inovação acaba por ser prejudicial para a mão-de-obra, estando ela a crescer de forma alucinante nos principais setores económicos. Nesta perspetiva, o nível de desemprego poderá ser mais visível.

Para finalizar, temos a escassez de referências éticas, ou seja, assistiu-se a critérios éticos que foram silenciados ou descartados, fato este que a autora (2004, p. 32) discorda dizendo que se torna mais importante “definir prioridades, procurar consensos sociais, definir e fazer respeitar as referências éticas² basilares”.

É certo que depois da Revolução Democrática de 1974 e desde a adesão de Portugal na Comunidade Económica Europeia (CEE) em Janeiro de 1986, a economia portuguesa assinalou muitas mudanças nas últimas décadas. Estas transformações observam-se no âmbito da especialização produtiva, no surgimento de uma economia terciária pública, na centralidade das relações financeiras externas e na nova conjuntura de Portugal com o papel de investidor líquido fora do país. Ou seja, a integração de Portugal na Comunidade Europeia começou a estabelecer-se “numa integração ibérica de proximidade; tornou-se num investidor líquido no estrangeiro; (...); as suas exportações³ industriais já não se baseiam especialmente no têxtil e vestuário; passou a atrair um número elevado de imigrantes; (...); as relações financeiras tornaram-se centrais no seu envolvimento externo” (Reis, 2004).

No entanto, desde a entrada de Portugal na CEE que o país tem sido favorecido pelos Fundos Estruturais com grandes apoios, desde já realizados no Anterior Regulamento (1986-1988), no Quadro Comunitário de Apoio I (1989-1993), no Quadro Comunitário de Apoio II (1994-1999), no Quadro Comunitário de Apoio III (2000-2006) e no Quadro de Referência Estratégico Nacional (2007-2013).

Podemos presenciar uma economia que concebeu uma industrialização periférica, que se inseriu dificilmente em mercados estrangeiros de mercadorias. Esta industrialização veio acompanhada de um aumento económico significável por volta dos anos 20 e anos 30 do século XX, estando estabelecidos os primeiros passos para a criação de uma nova indústria, encaminhados para o sector da hidroeletricidade e no mercado interno.

² Segundo a autora, critérios éticos são aqueles aos quais não fugimos com a nossa responsabilidade, como “transparência nos negócios, o cumprimento das obrigações fiscais, (...), o respeito pelas regras básicas da salvaguarda do ambiente ecológico (...)” (Silva, 2004, pp. 32-33).

³ Só depois da adesão de Portugal à CEE as exportações portuguesas começaram a aumentar, mais até que as exportações mundiais, mas no entanto, só se assistiu a um grande número de benefício para as expansões de Portugal por volta da década de 80, atingindo um nível que ronda os 20% do PIB.

Os resultados destas industrializações refletiram-se em grande peso em outro factor. Um outro factor que é importante mencionar entre os anos 50 e 60, originado deste desenvolvimento industrial, é a emigração e como nos diz José Reis (2004) no artigo de revista *Estado, Mercado e Comunidade: A economia portuguesa e a governação contemporânea*, “a principal exportação para os mercados europeus foi uma mercadoria muito particular, a mão-de-obra”.

Nas palavras de Afonso e Aguiar (2004, p. 9) o aspeto mais importante das exportações “é a troca de posição entre os bens de consumo alimentar e não alimentar que ocorreu a partir da industrialização com abertura económica ao exterior nos anos 60”. E acrescenta que “Portugal vem do século XIX com as exportações concentradíssimas nos produtos alimentares, que tinham um baixo teor de transformação industrial e que representavam mais de 2/3 das exportações de mercadorias”. Podemos então concluir que como principais factores ao impulsionamento da economia internacional, se destaca o processo da industrialização, ou seja, a evolução da indústria levou a cabo um começo para comércio externo, o que levou igualmente ao aumento das exportações e importações.

Nos anos 60, em Portugal, pode-se considerar que a fase mais relevante do processo da industrialização, que ocorreu a partir do pós-II Guerra Mundial, sucedeu-se ao mesmo tempo com as burocracias relativas à abertura económica internacional, sendo o desenvolvimento da indústria marcado pelo aumento da produtividade da economia. Afonso e Aguiar (2004, pp. 15-16) mostram-nos que também é observável que “apesar do fortíssimo aumento do denominador – com elevadas taxas de crescimento do produto que ocorreram na década de 60 e princípio de 70 – o grau de abertura comercial aumentou, pelo que se conclui que as políticas promoveram de facto o comércio externo português”.

2. A Economia do século XXI

“Desde 74 a economia portuguesa cresceu em média acima da economia europeia apesar das vicissitudes que o processo democrático atravessou inicialmente. De 74 a 85 a taxa média de crescimento foi de apenas 2,2% (contra 2% na EU), mas após a adesão à União Europeia de 86 a 2001 o crescimento acelerou para 3,6% ao ano (contra 2,8% na média europeia). Este conjunto de indicadores serve para ilustrar os progressos feitos por Portugal nos domínios do desenvolvimento e da melhoria da qualidade das nossas instituições”.

Vítor Lourenço

Depois da revolução de 1974, assistiu-se a um período de negativismo na economia portuguesa, que se foi alterando ao longo dos tempos para uma altura mais otimista, principalmente nos anos que se concentraram entre 1986 e o ano 2000.

É no início do século XXI que se começa a assistir a um período de abrandamento do por parte do crescimento económico, denominado de estagnação, evidenciando o único problema da altura, a sustentabilidade das finanças públicas, problema esse que foi ganhando credibilidade no decorrer dos anos seguintes. Esta estagnação foi e é considerada um dos principais, se não o problema mais crítico da nossa economia, englobando crises como o desemprego, os baixos níveis salariais, o aumento da despesa pública e os défices orçamentais, situação esta que se inverteria se assistíssemos ao aumento da economia portuguesa.

A grande transformação de que foi alvo a economia portuguesa deve-se precisamente a três factores, a adesão à Comunidade Económica Europeia, o crescimento do Estado e o crescimento do sistema financeiro. O Estado cresceu no âmbito do alargamento das suas funções que englobavam a área da educação, da saúde, da segurança social, e do setor empresarial, e reconhecendo esta variedade de funcionalidades, esta mudança no papel do Estado acabou por afetar a constituição do

sector da economia portuguesa. Devido igualmente ao aumento do sector financeiro, assistiu-se à grande benevolência com que cediam créditos, o que levou a um aumento da procura do sector imobiliário. Em muito deve o crescimento da economia à evolução deste sector nos anos 80 e 90, que em contrapartida se inverteu num pior cenário já no século XXI, com um panorama de endividamento. Tudo isto levou a que o Governo na altura fosse levado a pedir auxílio à Troika⁴ em 2011 (*cit. in O Observador*, 2016)⁵.

Esta estagnação na economia portuguesa pode ser vista em duas épocas, o período concebido entre 2001 e 2007 e o período concebido entre 2008 e 2014. No primeiro período vai ao encontro de uma baixo crescimento económico, com um aumento do desemprego, e no segundo período mencionado é igualmente presenciável uma significativa subida do desemprego e assiste-se também à estagnação das importações e das exportações.

“Portugal entrou no novo milénio com um insuficiente potencial de crescimento económico, agravado ainda pela crise financeira internacional iniciada em 2007” (*cit. in Público*, 2011)⁶.

⁴ Numa perspetiva mais lúcida, a Troika é um órgão composto pelo FMI, BCE e Comissão Europeia. A 6 de Abril de 2011, após vários membros do Governo e partidos concordarem num pedido de ajuda, é aí que Sócrates anuncia ao país que iriam recorrer a uma ajuda financeira internacional.

⁵ Para uma melhor compreensão deste tópico pode ler-se mais em: <http://observador.pt/especiais/crise-castigo-longa-estagnacao-da-economia-portugal/>

⁶ Pode ler-se mais em: <https://www.publico.pt/historia/jornal/portugal-tem-uma-longa-historia-economica-para-contar-23407867>

Capítulo II

Jornalismo especializado numa vertente generalista

“Por quê que as notícias são como são?”

(TRAQUINA, 2001)

1. Uma perspetiva do Jornalismo generalista

Mas afinal o que é o jornalismo? Quando se expandiu? O que são as notícias? E que efeito têm ou devem ter as notícias? São todas elas questões discutidas por vários jornalistas, historiadores e sociólogos, numa altura em que o papel do jornalismo e o mundo da comunicação sofreram grandes alterações no decorrer das duas últimas décadas, inclusive foi em meados do século XIX que vários estudos e investigações foram realizadas no âmbito comunicacional.

É importante já de início tentar esclarecer estas questões, com a interligação de vários conceitos. “O que é o Jornalismo?”, pergunta Nelson Traquina (2005, p. 19), ao mesmo tempo que o proprio nos diz que “é a vida em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia. Uma breve passagem pelos jornais diários vê a vida dividida em seções que vão da sociedade, a economia, a ciência e o ambiente, à educação, à cultura, à arte, aos livros, aos *media*, à televisão, e cobre o planeta com a divisão do mundo em local, regional, nacional (onde está essencialmente a política do país) e internacional”.

França (*cit. in* Tavares, 2007, p. 2) no seu livro *Jornalismo e Vida Social: a História Amena de um Jornal Mineiro* diz que o jornalismo “nasce da pulsão de falar o mundo, falar o outro, falar ao outro; da atração pela diferença, pela novidade, pelo distante; do enraizamento no mesmo, no próximo e em si que marcam a palavra humana desde sempre. Em síntese, o jornalismo faz parte do dizer social”. Esta prática profissional remete-nos para conceitos como notícia, acontecimento, fatos, informações,

credibilidades e objetividades, fidelidades e suportes, conceitos estes que nos ajudam a criar uma espécie de conceito para jornalismo.

Já para Bond (*cit. in* Rovida, 2010, p. 53) no seu livro *Introdução ao Jornalismo*, o jornalismo “significa hoje, todas as formas nas quais e pelas quais as notícias e seus comentários chegam ao público”. O autor reforça ainda que o jornalista tem como “material básico” os “acontecimentos mundiais, desde que interessem ao público, e todo o pensamento, ação e ideias que esses acontecimentos estimulam”.

A expansão do jornalismo⁷ iniciou-se em simultâneo com a expansão da imprensa⁸ no decorrer do século XIX, que por sua vez foi estimulada pela liberdade, mas foi no século XX com o surgimento da rádio e da televisão que ganhou um maior destaque (Traquina, 2005, p. 34). De salientar que tanto a rádio, a televisão e os jornais, tem como sua maior finalidade anunciarem notícias sobre acontecimentos considerados mais relevantes de extrema importância. Em *a História da Imprensa no Brasil*, Sodré diz que a expansão da imprensa, incitada pela conquista da democracia como nova forma de governo e dos seus direitos essenciais, levou a que os jornais da época se transformassem num aliado da democracia, como um meio de denúncia (1999).

Sodré (*cit. in* Traquina, 2005, p. 34) diz-nos que,

“O jornalismo como conhecemos hoje na sociedade democrática tem suas raízes no século XIX. Foi durante o século XIX que se verificou o desenvolvimento do primeiro mass media, a imprensa. A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos neles; um número crescente de pessoas dedica-se integralmente a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo – fornecer informação e não propaganda Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados como jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade, e uma noção de serviço ao público – uma

⁷ Segundo Traquina, não só a rádio nem a televisão contribuíam para a expansão do jornalismo, como também outras causas da sociedade, como a escolarização social e o processo de urbanização. (2005) No seguimento deste pensamento, Heloísa de Faria Cruz afirma: “Seria principalmente nas últimas décadas do século XIX, surpreendida pela turbulência das transformações sociais, que a cultura letrada e a imprensa começariam decididamente a avançar para além das elites tradicionais. Nessa época, em ritmo acelerado, no compasso de um modo de vida que exporta capitais e invade rapidamente inúmeros espaços do planeta, a história da formação das metrópoles brasileiras multiplica o tempo e a experiência social” (2000, p. 42).

⁸ A imprensa foi os primeiros mass media a ser desenvolvido. Segundo Nelson Traquina, este grande desenvolvimento dos jornais no século XIX originou a criação de mais postos de trabalho, sendo que ele aglomerado número de pessoas se dispuseram apenas a transpor informação e não propaganda. (2005, p. 34)

constelação de ideias que dá forma a uma nova visão do ‘pólo intelectual’ do campo jornalístico”.

Como a liberdade de opinião conquistada, também factores como a escolarização⁹ da população, que levou a uma maior propagação da informação e o sistema de urbanização com a criação de novas cidades, contribuíram igualmente para a expansão e importância do jornalismo, com o surgimento de mais edições nos jornais.

Para além dos motivos referidos acima, também o sociólogo francês Pierre Bourdieu, em *A Influência do Jornalismo* (1997), faz alusão de que o surgimento de novas tecnologias¹⁰ também contribuíram para o impulsionamento do jornalismo. Ainda na linha deste pensamento e reforçando a reflexão de Bourdieu, Nelson Traquina (2005, p. 53) completa afirmando:

“O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas de fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo. De novas edições dos jornais no mesmo dia à quebra da programação televisiva anunciada como boletins, novos avanços tecnológicos nas últimas décadas do século XX tornaram possível, de longa distância, atingir o cúmulo do imediatismo – “a transmissão direta do acontecimento”.¹¹

Nos inícios do jornalismo, as notícias eram vistas como uma forma de narrativa, algo que se tenha sucedido ou que viesse a suceder, mas com o passar do tempo começaram a surgir as primeiras dúvidas do que realmente se podia considerar notícia. A noção de jornalismo surge sempre associada a um mundo de notícias, a construções noticiosas, à prática do jornalismo e a sua ligação com os meios de comunicação e com a realidade, de que forma as produções jornalísticas são feitas e por quais procedimentos passam até obterem o produto final. Toda esta componente que abrange o jornalismo,

⁹ Assiste-se a um maior número de formados e urbanizações, tudo isto impulsionando ao surgimento de mais postos de trabalho nas empresas jornalísticas.

¹⁰ “O século XIX foi o período da História de maior importância para a imprensa devido a fatores como a evolução dos sistemas económico e político, os avanços tecnológicos, transformação sociais e o reconhecimento da liberdade em rumo à democracia.” Excerto de Rodrigo Carvalho da Silva em *A Transição do Jornalismo – do século XIX ao século XX*.

¹¹ Traquina completa ainda, dizendo que “as melhorias na reprodução de imagem, sobretudo com a fotogravura em 1851 e a heliogravura em 1905, deram um novo élan à imprensa [...] Em particular, a invenção da máquina fotográfica iria inspirar o jornalismo no seu objetivo de ser as “lentes” da sociedade, reproduzindo *ipsis verbis* a realidade.” (2005, p: 38). Excerto retirado de *A Transição do Jornalismo – do século XIX ao século XX*.

remete-nos a uma única questão colocada pelo pesquisador Néilson Traquina (2005, p. 145), “Por que as notícias são como são?”.

Dentro de toda esta estreita relação que abrange o jornalismo juntamente com a realidade da sociedade dá origem a um produto final, sendo que é necessário perceber como se chega a este resultado, em que etapas e processos a notícia está inserida, em que ambientes as englobam e quem é o profissional que as constrói. Profissionais estes que nas palavras de Traquina (1993, p. 168) não são apenas meros “observadores passivos”, mas sim “participantes activos” na construção da realidade, tornando-as num produto final¹². Ou seja, são vistos como o “espelho” da realidade e sociedade e como um “espectador do que se passa”.

Segundo Sousa (2002, p. 13), a etapa de todo um processo do desenvolvimento noticioso trata-se de uma etapa “que mais concentra as atenções dos estudiosos, paradoxalmente talvez porque é a menos visível”.

Mas afinal o que são as notícias? Depois de um vasto número de investigações, segundo dizem os entendidos e como já foi referido anteriormente de forma sucinta, são resultados de um acontecimento, mostram-nos aspetos reais da sociedade, que se assumem como notícia depois de um longo processo de construção¹³, dependendo sempre de fatores como a sua visibilidade e noticiabilidade. É então no seguimento destes critérios que envolvem a prática jornalística, critérios como o tempo, o espaço e a sua notoriedade, que os acontecimentos designados a base da elaboração são trabalhados.

Neste seguimento, João Correia na sua obra *A Teoria da Comunicação de Alfred Schütz* (2005, p. 130), faz menção ao pensamento de Enric Saperas (1993), que segundo o próprio o jornalismo ajuda a fortalecer o que é importante e, a “ (...) actividade informativa não deve ser considerada, no seio da complexa sociedade contemporânea, como o resultado de uma simples ação seletiva, mas como uma ação orientada para a construção da realidade social, objetivando-se institucionalmente através das práticas cotidianas de representação do acontecido”.

¹² “ (...) a escolha da narrativa feita pelo jornalista não é inteiramente livre. Essa escolha é orientada pela aparência que a realidade assume para o jornalista, pelas convenções que moldam a sua percepção e fornecem o reportório formal para a apresentação dos acontecimentos, pelas instituições e rotinas” (Traquina, 1993, p. 169)

¹³ Para Traquina, este processo de construção noticioso “consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência de notícia, numa palavra – noticiável” (1993, p. 169), em *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*.

As notícias têm também como auxiliar uma linguagem própria, elas vêm ligadas a factos verídicos e como refere Sousa (2002, p. 13) em *Teorias da Notícia e do Jornalismo*, apoiam-se em “artefactos linguísticos que procuram representar¹⁴ determinados aspectos da realidade e resultam de um processo de produção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos fatores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico/tecnológico, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio social-cultural (ou seja, num determinado contexto), embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia”.

Ainda dentro da mesma reflexão seguida por Sousa, também Correia (2005, p. 133) nos mostra que a “linguagem jornalística tende a reproduzir o que é socialmente aceitável e previsível na atitude natural o mundo da vida: a percepção do que é tido como noticiável e a produção de notícia implicam o recurso de quadro de experiência, assentes em modos de tipificar rotineiramente reproduzidos”. Também Berger e Luckman (1994) e ainda Alfred Shutz (1974) conferem a mesma importância dada à linguagem no processo de construção da notícia, possibilitando uma melhor percepção da realidade.

1.1. Teorias do Jornalismo. A explicação das notícias.

Como já foi mencionado, no decorrer dos últimos séculos, nomeadamente desde os primórdios do século XIX, foram realizadas várias pesquisas para tentarem dar resposta ao que fundamenta o jornalismo e as notícias que o fundamentam. Com o avanço do jornalismo muitas teorias foram surgindo, com esse mesmo intuito, o de esclarecer em que critérios se apoia a comunicação social e de que forma as notícias são concebidas.

Segundo Néelson Traquina (2005, p. 146)

¹⁴ Sousa, apoiando-se no pensamento de Traquina (1993), reforça ainda, que “(...) as notícias são perspectivadas como um espelho da realidade, já que, de acordo com as normas e técnicas profissionais, os jornalistas, vistos como observadores neutros (ao contrário do que a fenomenologia ensina), apenas reproduziriam os acontecimentos e as ideias sob a forma de notícias. As notícias seriam assim, então, discursos centrados no referente; mais, as notícias seriam como são porque a realidade assim o determinaria”.

“... ao longo de várias décadas, e depois de muitos estudos realizados sobre o jornalismo, é possível esboçar a existência de várias teorias, que tentam responder à pergunta porque as notícias são como são, reconhecendo o fato de que a utilização do termo teoria é discutível porque também pode significar aqui somente uma explicação interessante e plausível e não um conjunto bem elaborado e interligado de princípios e proposições. De notar, também, que estas teorias não se excluem mutuamente, ou seja, não são puras ou necessariamente independentes umas das outras”.

É no seio destas teorias, chamadas as “Teorias do Jornalismo”, que serão mais à frente elucidadas, que normalmente se trata das questões pertinentes em relação ao verdadeiro papel do jornalismo na sociedade, inclusive da própria profissionalização do jornalista enquanto desempenha o seu papel de comunicador, mas neste sentido direcionado para a criação noticiosa, resultado de um ato jornalístico. E isto leva-nos ao encontro das palavras de Sousa (2002, p. 2), acabando por nos elucidar de que “uma teoria científica¹⁵ tem de delimitar conceptualmente os fenómenos que explica ou prevê. A teoria do jornalismo deve ser vista essencialmente como uma teoria da notícia, já que a notícia é o resultado pretendido do processo jornalístico de produção de informação. Dito por outras palavras, a notícia é o fenómeno que deve ser explicado e previsto pela teoria do jornalismo e, portanto, qualquer teoria do jornalismo deve esforçar-se por delimitar o conceito de notícia”.

Como as notícias estão no centro de todo um processo de criação de informação, todas estas teorias devem centrar-se especialmente nelas e na forma como estas são processadas. No entanto, nem mesmo depois do surgimento destas teorias¹⁶ conseguimos delinear uma resposta concreta do que é o jornalismo e porquê as notícias são como são, que enquanto teoria é o que realmente lhe importa, explicar as feições e conteúdos de uma produção jornalística.

Como tal, tais teorias estão divididas em,

- *Teoria do espelho*, que se começou a desenvolver a partir de 1850 e considerada a mais antiga de todas, onde “as notícias são vistas como o espelho da realidade, conforme a ideologia profissional clássica dos jornalistas” (Sousa, 2002). Aqui os

¹⁵ Pode ler-se mais em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>

¹⁶ Podem ler-se estas teorias mais detalhadamente em *Porque é que as notícias são como são? - Construindo uma teoria da notícia* de Jorge Pedro Sousa (2002).

jornalistas observam e relatam todos os acontecimentos com seriedade, onde este profissional nunca deve abandonar o seu interesse de informar e pesquisar a verdade dos acontecimentos sempre respeitando as regras e procedimentos (Traquina, 2005, pp. 146-149).

- *Teoria do Gatekeeping* é igualmente sabida como a Teoria da Ação Pessoal. Associada a um processo de produção jornalística, tem como base a seleção de factos por parte do jornalista. Ou seja, no meio de uma série de escolhas o Gatekeeper é uma pessoa que tem o poder de decisão de escolher a opção final no meio de tantas outras.

Esta teoria, que nasceu nos anos 50 e foi aplicada ao jornalismo na sua primeira vez por David Manning White, “analisa as notícias tendo como principal foco quem as produz: o jornalista” (Traquina, 2005, p: 151).

- *Teoria Organizacional* ganhou um maior destaque com um estudo de Warren Breed denominado de *Controlo Social da redação: uma análise funcional* (1955), a partir de 1960, onde suporta a ideia de que o profissional dá mais ênfase aos princípios editoriais da organização onde trabalha do que a alguma convicção pessoal e valores que o próprio possua.

Assim, para Traquina (2005, p. 158) “segundo a teoria organizacional, as notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro da empresa jornalística. O jornalista sabe que o seu trabalho vai passar por uma cadeia organizacional em que os seus superiores hierárquicos e os seus assistentes têm certos poderes e meios de controle”.

- *Teoria de ação Política* debruça-se no âmbito em que as notícias distorcem a realidade dos factos com base em interesses políticos. Há duas versões desta "teoria, uma delas afirma que as notícias são dissonantes da realidade porque os jornalistas, sem autonomia, estão sujeitos a um controle ideológico e mesmo conspirativo que leva os media noticiosos a agirem como um instrumento ao serviço da classe dominante e do poder. Por isso, para esses teóricos as notícias dão uma visão direitista, liberal e conservadora do mundo e contribuem para a sustentação do status quo. A outra versão sustenta que os media noticiosos são instrumentos da ideologia dos jornalistas. Estes são vistos como quase totalmente autónomos em relação aos diversos poderes. (Traquina, 2005, p. 168)

- *Teoria Estruturalista* diz respeito à autonomia que é atribuída ao jornalista relativamente ao controlo que têm sobre as notícias. Para Sousa (2002, p. 5) as notícias consideram-se como “um produto socialmente construído que reproduz a ideologia dominante e legitima o status quo. Isto acontece porque os jornalistas e os órgãos de comunicação social têm uma reduzida margem de autonomia, cultivam uma cultura rotinizada e burocratizada e estão sujeitos ao controle da classe dominante, proprietária dos meios de comunicação, que vincula os media às suas definições dos acontecimentos”.

- *Teoria Construcionista*, ganha destaque nos anos 70 e concentra-se no facto de a comunicação social não poder mostrar-se a verdadeira visão da realidade através de notícias. Assim, “para os académicos que perfilham essa explicação, as notícias são histórias que resultam de um processo de construção, linguística, organizacional, social, cultural, pelo que não podem ser vistas como o espelho da realidade, antes são artefactos discursivos não ficcionais -indiciáticos- que fazem parte da realidade e ajudam-na a construir e reconstruir” (Sousa, 2002, p: 5).

- *Teoria Interaccionista* refere-se ao facto de as notícias fazerem parte de um processo de perceção, seleção e modificação dos acontecimentos, realizados por um conjunto de profissionais independentes que são determinados pelo tempo que demora uma construção noticiosa.

A necessidade de ter conhecimento dos conteúdos das notícias é completamente defendida e necessária para se entenderem os efeitos das mesmas. Ou seja, a sociedade, como o público, as organizações comunicacionais, são dependentes de um *modelo de dependência*¹⁷ para se informarem do que se passa na realidade. No pensamento de Ball-Rokeach e de DeFleur (1982 e 1993 *cit. in* Sousa, 2003) este modelo dividia-se em *efeitos*¹⁸ *cognitivos*, influenciando atitudes e pensamentos das pessoas que acreditam mais naquilo que leem do que na própria realidade, *efeitos afetivos*, efeito este que remete para as emoções das pessoas, como o medo, a violência, instabilidades emocionais como insegurança, e *efeitos comportamentais*, como o próprio nome indica mantém influência sobre o comportamento humano, resultados dos dois outros efeitos.

¹⁷ A *teoria da dependência* foi sugerida por Ball-Rokeach e de DeFleur pela primeira vez (1976).

¹⁸ Para uma melhor compreensão destes efeitos pode consultar-se em *As Notícias e os seus Efeitos*, de Jorge Pedro Sousa (2000); e em *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*, de Jorge Pedro Sousa (2003).

Entre os possíveis efeitos das notícias uma das mais relevantes ideias é a *Teoria do Agendamento* (ou Agenda Setting), apresentada primeiramente por Walter Lippmann nos anos de 1920 e de seguida por Maxwell McCombs e Donald Shaw em 1972. Como o próprio nome diz, todos os assuntos considerados mais relevantes nos *media* são agendados. Este agendamento engloba investigações ao conteúdo dos *media*, estudos das agendas das entidades do governo e, estudos da agenda pública. Para Shaw (1979 *cit. in* Wolf, 2001, p. 144) esta teoria defende que “em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas”.

2. O que se entende por Jornalismo especializado?

Depois de fazer um breve enquadramento do jornalismo na sua generalidade, segue-se tentar entender e centralizar o jornalismo especializado, desde já classificado como uma característica da própria evolução dentro do jornalismo de informação geral. Será o jornalismo especializado uma verdadeira vertente do próprio jornalismo? Ou será ele próprio considerado como um tipo de jornalismo independente?

É num cruzamento de ideias, estudos e reflexões já realizados, que parte esta tentativa de reavivar o enquadramento do Jornalismo Especializado. Primeiramente surgiu uma espécie de jornalismo ideológico que se manteve desde o século passado até ao fim da Primeira Guerra Mundial, marcado por uma concepção ideológica e política da informação, fundamentalmente feito de *literatos* com reflexões de uma sociedade *moralizante, doctrinaria e formalista*¹⁹. Mais tarde, com os acontecimentos desprendidos

¹⁹ Para uma melhor compreensão deste tipo de ideologia consultar a obra de Orive, 1974.

pela Primeira Guerra Mundial, acabam por marcar o fim do jornalismo ideológico e por conseguinte originou o surgimento de um novo jornalismo²⁰.

Assim nasce o jornalismo informativo, que fez com que na primeira metade do século XX as redações fossem submersas com uma série de notícias, sendo notória essa necessidade de mostrar o que se passava no mundo. Tem como princípio a objetividade (Orive e Fagoaga, 1974) e pode-se verificar igualmente o momento em que a reportagem aparece como um “género jornalístico em que os jornalistas passaram a ocupar-se primordialmente da notícia, destacando como elemento central a informação do acontecimento em si mesmo”²¹ (Quesada Pérez, 1998, p. 24).

No entanto, após o jornalismo informativo começam a chegar indícios de um novo *periodismo*, o jornalismo explicativo, observado como o modelo que maior capacidade possui para explicar a realidade, formada ainda por jornalistas mais profissionais (Quesada Pérez, 1998, p. 25 e Orive e Fagoaga, 1974, p. 68). Este modelo de jornalismo explicativo era para o catedrático José Luis Martínez Abertos uma forma de “ajudar o público a distinguir entre o verdadeiro e o falso, e colaborar na digestão intelectual do leitor, expondo um contexto coerente do que as notícias simples tenham a sua verdadeira e adequada significação”²².

Possuindo elementos *valorativos, documentales e interpretativos* de avaliação das notícias, este tipo de jornalismo possui as bases necessárias para o surgimento do Jornalismo Especializado. Uma maior disponibilidade à informação através dos jornais, da televisão, da rádio e das revistas, facilitou assim uma mais visão dos acontecimentos por parte do público. (Quesada Pérez, 1998, p. 26) Foi neste contexto, com o surgimento da rádio e da televisão, que na década de setenta o jornalismo especializado ganhou um maior destaque na comunicação social²³.

²¹ Tradução livre de “*género periodístico y en el que los periodistas pasarán a ocuparse primordialmente de la noticia desnuda, destacando como elemento central de la Información el acontecimiento em sí mesmo*”.

²² Tradução livre de “*ayudar a público a distinguir entre lo verdadero y lo falso, y colaborar en la digestión intelectual del lector mediante la exposición de un contexto coherente dentro del que las noticias simples tengan su verdadera y adecuada significación*”.

²³ Porém, é de salientar que muitos olhares que recaiam sobre o jornalismo especializado é pelo seu conteúdo, do que propriamente pelo seu método de trabalho. No pensamento de Mar de Fontcuberta (1993), quando “*se habla de especialización no hay que referirse al tipo de medio o de audiencia sino a los contenidos*”.

Desde que o Jornalismo Especializado surgiu este tem vindo a registar grandes mudanças ao longo dos últimos quinze anos, que se podem comprovar pelos vários estudos realizados pelos mais destacados autores/investigadores desta área para definirem o conceito de jornalismo especializado (Quesada Pérez, 1998, p. 21). Fernández Del Moral (*cit. in* Tavares, 2009, p. 116) na sua obra *El Periodismo Especializado: un modelo sistémico para la difusión del conocimiento*, refere que por exemplo, em Espanha o jornalismo especializado surgiu pela primeira vez em 1970²⁴ através das universidades, comparativamente com o Brasil onde este tipo de jornalismo ou mesmo os respetivos estudos sobre tal é ainda um pouco ausente.

Nas palavras do “primer académico” espanhol a publicar uma investigação sobre este tema, Pedro Orive (*cit. in* Quesada Pérez, 1998, p. 21), o Jornalismo especializado é “um subsector da informação²⁵ que se canaliza publicamente e racionalmente através dos instrumentos de comunicação de massa, que precisam de organizações custosas para adaptar a atualidade, usando estratégias adequadas”²⁶.

Segue-se o professor Javier Fernández Del Moral (*cit. in* Quesada Pérez, 1998, p. 22) que considerava a especialização no jornalismo “como a estrutura de informação que penetra e analisa a realidade através das várias especialidades do conhecimento, colocados em um contexto mais amplo, oferece uma visão geral para o destinatário e prepara uma mensagem jornalística que acomoda o código de possuir nível de cada público, atendendo seus interesses e necessidades”²⁷.

Por meio de várias palavras e após várias definições do seu real propósito, consideramos então que este género de jornalismo trata de determinados assuntos sempre em função de um certo tipo de público, ou seja, um público específico. Como a própria palavra o diz, quando se trata de um tipo de jornalismo especializado e específico, a

²⁵ Quando o autor aqui se refere a *subsector de la Información*, ele explica que é o que indica que a perícia jornalística não foi aplicável a todas as áreas temáticas do jornalismo, mas de uma perspetiva mais recente se tornaria possível.

²⁶ Tradução livre de “aquele subsector de la Información que se canaliza de modo público y racionalizado a través de los instrumentos de comunicación colectiva, los cuales necesitan organizaciones costosas para conformar la actualidad, valiéndose de estrategias idóneas”.

²⁷ Tradução livre de “como aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de las distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio, ofrece una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomoda el código al nivel propio de cada audiencia, atendiendo sus intereses y necesidades”.

própria linguagem²⁸, a própria produção e contextualização da notícia têm de ser diferenciados daquilo a que se chama de jornalismo generalista.

As mais variadas temáticas presentes neste tipo de jornalismo são retratadas de um modo mais profundo, ou seja, presencia-se uma especialização de temáticas, onde o próprio profissional terá de ir ao fundo da questão, sendo que ele terá que ser alguém com maiores conhecimentos no assunto a ser tratado, ou mesmo especialista, naquilo que está a produzir.

Como Mara Rovida explica (2010, pp. 65-66),

“O jornalismo especializado, normalmente, se remete a uma editoria do jornalismo de informação geral, não sendo considerado um fenómeno ou modalidade a parte (...). Especialização maior acaba por restringir a comunicação jornalística a interesses de um grupo específico e aquela noção de comunicação generalista voltada a um público amplo perde espaço para uma comunicação focada em um público específico, com interesses e necessidades bem definido”.²⁹

Também há quem defenda que numa primeira perspectiva se deve olhar para o jornalismo especializado pelos seus conteúdos³⁰ do que propriamente pelos meios utilizados no processo de produção da informação, ou seja, isto remete-nos ao ponto de vista da autora Mar de Fontcuberta (1993, p. 50) afirmando mesmo que quando “se fala de especialização não deve referir-se ao tipo de mídia ou público, mas ao conteúdo”³¹.

“Há que repetir que não é a mídia que se especializa mas os conteúdos. Em todo o caso os novos meios de comunicação facilitam a difusão dos conteúdos

²⁸ A professora Montserrat Quesada Pérez (1998) denomina este processo como um “esforço linguístico” que deve ser realizado pelos jornalistas especializados para transformar em “conhecimento vulgar”, conhecimentos científicos ou altamente especializados.

²⁹ Citação retirada da Dissertação de mestrado de Mara Ferreira Rovida, sobre “A Segmentação no Jornalismo sob a ótica durkheimiana da divisão do trabalho social”. Faculdade Cásper Líbero, São Paulo.

³⁰ A visão que se tem sobre a importância dos conteúdos no jornalismo especializado é segundo Fontcuberta, a sua “razão de ser”. Em *Periódicos: Sistemas complejos, narradores en interacción* de Mar de Fontcuberta e Hector Borrat. Buenos Aires, La Crujía. 2006.

³¹ Tradução livre de “se habla de especialización no hay que referirse al tipo de medio o de audiencia sino a los contenidos”.

especializados, embora, hoje, é a imprensa que terá levado mais a tendência da especialização”³² (Fontcuberta, 1993, p. 53).

O jornalismo da sociedade veio sofrendo alterações ao longo dos anos, mas desde sempre procurou abranger os mais variados públicos, desde sempre procurou dar resposta a todas as particularidades específicas quando se dirigia aos públicos mais distintos. Sendo clara a existência de vários públicos, é nesta perspetiva que se dá uma viragem no mundo do jornalismo, com o desenvolvimento de um jornalismo mais especializado, com a publicação de temáticas mais especializadas e a informação publicada passa a ser mais personalizada.

Aqui percebe-se que com esta necessidade de uma maior especialização, o próprio público passa a ser uma das grandes particularidades do jornalismo. Ao assistirmos a este desenvolvimento em grande ascensão do jornalismo especializado, verificamos também que o papel do jornalista sofre igualmente alterações, passando de um jornalista generalista, para um jornalista mais especializado, distinguindo-se dos restantes. Em 1989, Héctor Borrat Mattos (*cit. in* Quesada Pérez, 1998, p. 22) explica-nos que o jornalismo especializado é uma área “ produzida por jornalistas profissionais com experiência na área de especialização através da implementação conjunta e coordenada de escrita jornalística e disciplinas específicas relevantes para essa área, tanto para aprender sobre ele e para narrar e comentar os relatórios”.³³

Dentro da mesma definição de especialização, também o pensamento da professora Amparo Tuñón (*cit. in* Quesada Pérez, 1998, p. 23) se cruzava com o de Borrat, onde a própria afirmava que o jornalismo especializado se tratava de uma “disciplina científica”, que para além de passar pelos processos de seleção, valorização e produção da informação, e tal como Borrat referiu “em várias áreas específicas do conhecimento que moldam a realidade social”³⁴.

³² Tradução livre de “Hay que repetir que no son los médios los que especializan sino los contenidos. En todo caso los nuevos médios facilitan la difusión de los contenidos especializados, aunque, hoy por hoy, es la prensa la que ha llevado más lejos la tendencia a la especialización”.

³³ Tradução livre, no original pode ler-se: “el periodismo producido por periodistas con experiencia profesional en el área de su especialización mediante la aplicación conjunta y articulada de la Redacción Periodística y de las disciplinas específicas correspondientes a esa área, tanto al informarse acerca de ella como al narrar y comentar las informaciones”.

³⁴ Tradução livre de “en la distintas áreas específicas de conocimientos que configuran la realidad social”.

No entanto, esta ideia de relação entre jornalismo especializado e jornalista especializado é contrariada pelo pensamento dos jornalistas, Nilson Lage (2005) e de Juarez Bahia (1990). As reflexões destes dois autores cruzam-se quando se apoiam no pensamento de Émile Durkheim sobre a divisão das editorias no jornalismo, mostrando-nos que numa temática especializada não tem obrigatoriamente que ser um profissional especializado a fazer. Nas palavras de Lage (2005, pp. 109-110), o autor dá-nos o exemplo de que “um professor de primeiro grau não precisa ser criança para comunicar-se com seus alunos, nem um médico abandonar o que sabe para expor um diagnóstico a alguém”. Já para Bahia (*cit. in* Tavares, 2009, p. 121) independentemente da temática a ser tratada esta deve ser produzida por um “especialista treinado em notícias”.

Numa das suas reflexões em “*O Jornalismo Especializado e a Especialização Periodística*”, Tavares (2009, p. 115) evidencia que quando pensamos em jornalismo especializado leva-nos a pensar em três das suas particularidades, tais como: “1) A especialização pode estar associada a meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofónico, ciberjornalismo etc) e 2) a temas (jornalismo económico, ambiental, desportivo etc), ou pode estar associada 3) aos produtos resultantes da junção de ambos (jornalismo desportivo e radiofónico, jornalismo cultural impresso etc).”³⁵

Podemos partir do princípio que esta especialização pode ser considerada uma vertente do jornalismo generalista, ou seja, a especialização do próprio jornalismo, ou então pode ser vista como uma especialização dos temas já antes retratados, a chamada especialização temática. Neveu (*cit. in* Rovida, 2010, p. 60) na sua obra *Sociologia do Jornalismo* (2006) de forma assertiva chega mesmo a afirmar que a vertente da especialização é o “último elemento essencial da divisão do trabalho entre jornalistas”.

Isto remete-nos para a chamada Teoria da Tematização, teoria esta que na perspetiva de Sousa (2000, p. 173) “é uma teoria significativamente próxima da teoria do *agenda-setting*”. Niklas Luhmann (*cit. in* Saperas, 1987, p. 87) foi quem apresentou este conceito de tematização em 1970, intitulado de “*Offentliche Meinung*”, publicado na *Politische Vierteljahresschrift* de forma a dar sentido à definição deste contexto, e com isto cruza-se o pensamento de Saperas (*cit. in* Sousa, 2000, p. 173) que apoiando-se na reflexão de Agostini nos diz que é um

³⁵ Ver mais em www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf

“ (...) processo de seleção e de valorização de determinados temas de interesse introduzidos de forma contingente (isto é, incerta) na opinião pública, entendida como estrutura temática contingente, que reduz a complexidade social dos diversos subsistemas ou sistemas parciais em que opera. Tenhamos em conta que se a atenção é limitada e o meio extremamente complexo, a opinião pública, como resultado do processo de tematização, permite a comunicação entre os indivíduos (e permite, igualmente, a intersubjectividade), reclamando a sua atenção para um número limitado dos temas existentes no meio complexo, apontando possíveis soluções e possíveis opiniões que esses temas podem gerar, mas distinguindo tema e opinião (...)”.

Também Luhmann (*cit. in* Saperas, 1987, p.90) dá seguimento desta observação feita por Saperas, concordando igualmente que a análise da opinião pública e da comunicação são como a base da tematização. Segue-se Mauro Wolf (2001, p. 71) que na mesma linha de pensamento o assume como um “procedimento informativo que se insere na hipótese do agenda-setting, dela representando uma modalidade particular: tematizar um problema significa, de fato, coloca-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe o relevo adequado, salientar a sua centralidade e o seu significado em relação ao fluxo da informação não-tematizada”.

Será esta especialização um resultado do desenvolvimento profissional dos jornalistas? Numa perspetiva mais pessoal, a resposta é sim, mas não foi o único factor. Desde a evolução por parte dos profissionais e, também por tudo que já foi referido anteriormente, as mais variadas demandas por parte do público que possui agora conhecimentos mais específicos levou a que os meios de comunicação fizessem alterações no seio das suas redações, o que originou uma divisão das editorias. Esta divisão das editorias consequentemente conduziu a que os próprios jornalistas se profissionalizassem de uma forma mais específica, com mais conhecimento de causa. Todo este conjunto de fatores levou sim a uma especialização de temáticas. A prática do jornalismo especializado retrata portanto temáticas de teor especializado, dentro de um jornalismo generalista. Como refere Quesada Pérez (1998, p. 26) “trata-se pois, de dotar o público – sendo este o principal objetivo do jornalismo especializado – do maior número

possível de elementos específicos que o permita formar uma opinião própria sobre o que acontece no mundo”³⁶.

2.1. Inícios de uma orientação para uma especialização e o seu desenvolvimento

Desde os primórdios do jornalismo que sempre se assistiu a uma demonstração da especialização, embora não fosse um assunto demasiado explorado na época. No entanto, é por volta dos anos 60 e inícios da década de 70 que “entra em cena a especialização propriamente dita”, com o aparecimento de novas tecnologias, da rádio e futuramente da televisão (Tavares, 2009, p. 118).

Para além dos factores acima referidos, esta necessidade de especialização surgiu, segundo o professor Javier Fernández del Moral, devido a determinadas causas externas que estariam na base da crise da imprensa, como a crise económica, a crise do papel para a imprensa, a crise de distribuição da imprensa, concorrência entre os meios de comunicação e publicidade e a crise dos conteúdos informativos e da sua credibilidade (Quesada Pérez, 1998, p. 27).

Foi então na década de 70 que, devido a todas estas questões e ainda a adaptação a novos públicos, começou a emergir a necessidade de avaliação da especialização, como mudanças no processo de criação do texto, uma solução à vista para a saída desta crise da imprensa. Todo este período levou a criação de novas formas de prender o interesse leitor, como a criação de um jornalismo mais sensacionalista e fotografias de grande destaque. Posto isto, Quesada Pérez (1998, p. 30) associa a questão de especialização no jornalismo a uma ideia de um processo de construção mais aprofundado, rematando que “a imprensa gradualmente foi assumindo o objetivo comum de fornecer informações detalhadas, desde que a notícia propriamente dita e os meios eletrónicos fossem de forma mais eficaz e rápida”³⁷.

³⁶ Tradução livre de “se trata, pues, de dotar al público – y este es el objetivo principal del Periodismo especializado – del mayor número posible de elementos de juicio que le permita formarse una consciencia crítica sobre lo que acontece en el mundo”.

³⁷ Tradução livre de “La prensa, progresivamente, fue asumiendo el objetivo común de ofrecer la información en profundidad, puesto que la noticia propriamente dicha ya la daban los medios electrónicos com mayor eficacia y rapidez”.

Borrat (1993 *cit. in* Tavares, 2009, p. 126) no artigo *Hacia una Teoria de la Especialización Periodística*, considera que esta questão textual deverá conter coerência e aproximação com a realidade, vista “como um elemento de problematização do conceito de especialização jornalística”³⁸.

Fugido um pouco ao contexto da necessidade desta especialização, é importante realçar a igual importância que a fotografia marcou a este período, visionada como uma maneira de se olhar a realidade³⁹, uma forma de encarar o acontecimento em questão, prevalecendo o domínio de uma naturalidade. No fundo, o processo jornalístico e o processo fotográfico encontram-se interligados, complementam-se na tarefa de retratar a realidade, uma vez que a fotografia como imagem não consegue fornecer todas as informações necessárias, incluídas no texto. É assim que Schmitt (1998 *cit. in* Coelho, 2015, p. 81) nos diz, completando esta opinião generalizada, que “os dois, ao mesmo tempo, dão conta diferentemente dos mesmos conteúdos, reforçando-os através da redundância. E ampliam mutuamente seus significados, dizendo coisas que o outro não é capaz de dizer, num verdadeiro exemplo de intertextualidade”.

Retomando ao ponto de viragem para esta especialização, a grande necessidade que a sociedade atual começou a solicitar por interesses especializados, resultou na medida em que os grandes meios de comunicação tentaram dar resposta a esta demanda com a iniciação de um acelerado processo de adaptação a estes novos interesses, no seguimento do desenvolvimento de novos meios cada vez mais distintos e direcionados especificamente para a satisfação desses requerimentos.

No seguimento desta demanda, Orive e Fagoaga (1974 *cit. in* Quesada Pérez, 1998, p. 34) na sua obra *La Especialización en el Periodismo*, explicam-nos com uma complexa definição, o porque desta especialização ser importante. Para os dois autores,

“A especialização diagnostica os problemas da sociedade atual de acordo com a área em que se insere, discute as possíveis soluções e serve para formar os leitores com uma

³⁸ Esta problemática textual é para Tavares (2009, p. 127) como a necessidade básica de “intermediar tematicamente saberes expertos de uma maneira acessível ao público, buscando não apenas transmiti-los, mas também explicá-los (como normatiza a teoria). O que nos ajuda a refletir sobre como isso é feito e sobre quais significados, lacunas e contradições podem emergir deste processo, quando pensando no seu todo”.

³⁹ Nas palavras de Sousa (2004 *cit. in* Coelho, 2015, p. 80): “Nascida num ambiente positivista, a fotografia já foi encarada quase unicamente como o registro visual da verdade, tendo nessa condição sido adotada pela imprensa. Com o passar do tempo, foram-se integrando determinadas práticas, tendo-se rotinizando e convencionalizado o ofício, um fenómeno agudizado pela irrupção do profissionalismo fotojornalístico”.

consciência crítica. O objetivo é fornecer todos os possíveis elementos de valor, ajudando a dar ao leitor a informação completa na área determinada pela sua especialização e esclarecendo as posições que afrontam no seu trabalho da vida política e social. Aumenta a compreensão mútua como meio para uma participação na sua pluralidade. Uma informação especializada seria mais precisa e completa, forçosamente mais extensa, e equilibraria o número de palavras com a qualidade do seu tratamento, fornecendo dados úteis para a reflexão. Uma redação composta por especialistas com áreas delimitadas terá mais facilidade para reduzir a grande quantidade de vulgaridades que vêm continuamente em qualquer escrita, poupando tempo e espaço. Como a informação não é suficiente, embora esta seja verdadeira nos seus próprios termos, o jornalista especializado converte-se assim num leitor de grande confiança, cujo conhecimento informativo é de maior credibilidade”⁴⁰.

Com este desenvolvimento de uma mídia mais diferenciada, inclusive a formação de novos consumidores, e a cada vez maior facilidade com que o público tem acesso às informações e se mantém informado, leva a que Quesada Pérez (1998, p. 26) afirme que “a heterogeneidade atual de atividades sociais, juntamente com o aumento da especialização científica e de trabalho, eles exigem a informação pública completa e precisa a partir dos seus locais turísticos”⁴¹. Ainda sobre esta diferenciação, Berganza Conde (*cit. in* Tavares, 2009, p. 117) na sua obra *Periodismo Especializado* (2005), suplementa dizendo que a “experiência jornalística é o resultado, em grande parte, das demandas do público cada vez mais diversificado que exige conteúdo específico - como

⁴⁰ Tradução livre de “La especialización diagnostica los problemas de la sociedad actual según el área en que se inserte, discute las posibles soluciones y sirve para formar a sus lectores en una conciencia crítica. Ofrecer todos los posibles elementos de juicio es el objetivo, ayudando a dar al lector una información total en el área determinada por su especialización y clarificando las posiciones que afrontan en el quehacer de la vida política y social. Aumenta el conocimiento mutuo como vía para la participación en la pluralidad. Una información especializada sería más precisa y completa, forzosamente más extensa, equilibraría la cantidad de palabras con la calidad de su tratamiento, ofreciendo datos útiles para la reflexión. Una redacción formada por especialistas con áreas delimitadas tendrá más facilidad para reducir la montaña de trivialidades que llegan ininterrumpidamente a una redacción cualquiera, ahorrando espacio y tiempo. Puesto que ya no basta con una información, aunque ésta sea veraz en sus propios términos, sino que se trata de una teoría de la profundidad, el periodista especializado se convierte así en un lector de gran confianza, cuya criba informativa es de la mayor fiabilidad”.

⁴¹ Tradução livre de “la actual heterogeneidad de las actividades sociales, sumada a la creciente especialización científica y laboral, hacen precisar al público de una información completa y exacta de sus núcleos de interés”.

são seus interesses - e estes são abordados em profundidade e rigor. Em suma, com qualidade informativa”⁴².

É neste contexto e face a todas as mudanças, que os jornalistas se começam então a especializar também nas temáticas que anteriormente abordavam de uma forma mais ténue, que os incentiva de certa forma a escreverem para públicos mais específicos, acabando por assistir a uma também divisão das editorias⁴³. Será esta especialização jornalística uma forma diferente de se fazer jornalismo? Porém, trata-se de uma situação em que, numa perspetiva mais pessoal, o verdadeiro sentido de jornalismo é o mesmo, mas de uma forma mais especializada, com conteúdos mais aprofundados que não só resistem de experiências sociais, mas também de experiências e conhecimentos pessoais.

No entanto, dentro das mais variadas temáticas⁴⁴, como política, economia, desporto ou sociedade, é sim necessário possuir conhecimentos próprios, saber investigar e ser preciso na seleção dos factos, que sem grandes análises percebemos que são todas características do jornalismo, e não apenas só de um jornalismo especializado. Apesar de os princípios do jornalismo serem os mesmos de uma especialização, existem outras variáveis distintivas que para Scalzo (2004) e Quesada Pérez (1998) (*cit. in* Tavares, 2009, p. 126), se baseiam no método de trabalho e organização, assim como no processo de construção do texto numa direção mais aprofundada, constituindo-se como fatores de diferenciação entre um jornalismo generalista e um jornalista especializado.

Ainda na mesma linha de distinção entre o generalismo e o especializado, é importante referenciar alguns aspectos que nos permitam encontrar desigualdades entre estes dois géneros. Ambos seguem uma mesma trajetória (a mesma trajetória profissional) até chegarem ao momento da construção textual. É neste seguimento que a autora Quesada Pérez (1998, pp. 39-44), faz referência a cinco dos critérios de diferenciação, começando pela formação académica do jornalista, seguindo-se da atitude que adotam na hora de recolherem informação, da relação que estabelecem com as fontes

⁴² Tradução livre de “la especialización periodística es fruto, en gran medida, de las exigencias de la audiencia, cada vez más diversa, que demanda contenidos específicos – como lo son sus intereses – y que éstos se aborden en profundidad y rigor. En definitiva, con calidad informativa”.

⁴³ Tavares ainda na sua obra, refere que esta divisão de editorias encontra-se também presente no autor Martínez Albertos (1972 *cit. in* Tavares, 2009, p. 119), quando o próprio afirma que “el Periodismo Especializado se extiende a todas y cada una de las secciones que integran un periódico: política local, nacional, internacional, economía, deporte, espectáculos [...]”.

de informação, com a metodologia de trabalho que usam (já referido na obra de Tavares) e por último, os objetivos que cada um prossegue.

A imagem de jornalista especializado surge no decorrer dos acontecimentos na Europa, com a I Guerra Mundial, e conseqüentemente a estas ocorrências desencadeou-se a necessidade de jornalistas especializados⁴⁵ para uma cobertura profunda destes mesmo fatos.

Contudo, não vamos fazer de todo uma grande definição para cada um destes aspetos, mas de forma breve tentaremos descrevê-los, para que consigamos perceber a sua exatidão e objetivo. Portanto, é importante elucidar que cada vez mais tanto o jornalista generalista como o jornalista especializado são ambos licenciados em Ciências da Comunicação, confinando-lhes assim a uma componente mais genérica. Por um lado o jornalista generalista encontra-se apto para lidar com qualquer temática em qualquer meio de comunicação, enquanto que o jornalista especializado por sua vez complementa os seus antigos estudos com outros estudos, que o façam alcançar um nível de especialização. Desta forma, num âmbito geral, o jornalista tem por hábito realizar um trabalho de pesquisa mais rápido e sem grande precisão, enquanto que num âmbito especializado este reúne rigor e seriedade informativa.

É considerável para ambos os jornalistas darem cobertura aos mais variados temas, mas enquanto que o jornalista generalista dá importância a qualquer informativa que possa merecer destaque, o jornalista especializado apenas se concentra na seleção dos conteúdos informativos. Nesta procura pela informação através das fontes, “quantas mais respostas” o jornalista generalista obter “mais completa será a informação”, mas o contrário se sucede em relação ao especializado em que as fontes o consideram como um “veículo útil (...) através do qual vai fazer chegar a opinião pública”⁴⁶ (Quesada Pérez, 1998, p. 42).

⁴⁵ Pedro Orive (1974, p. 127) salienta que “la formación del periodista se ha centrado en el dominio de los géneros periodísticos, de las formas, de la presentación del mensaje, sin atender específicamente al fondo de la materia”.

⁴⁶ Tradução livre de “vehículo útil (...) a través del que hacer llegar a la opinión pública”.

Chegamos à conclusão que a combinação destes factores⁴⁷ condicionam a forma de trabalhar de ambos os jornalistas, na medida em que os jornalistas generalistas baseiam-se apenas naquilo que retiram das fontes, refletindo como único interesse informar os demais públicos dos acontecimentos e, os jornalistas especializados complementam esses mesmos depoimentos com outro tipo de informação, de forma complexa e que se torne uma noticiosa fácil de interpretar (Quesada Pérez, 1998, pp. 43-44).

Quando assistimos a toda esta diversificação de temáticas agora expostas com o aumento de publicações especializadas, remete-nos essencialmente para a existência de um jornalismo de grande destaque por parte de muitos autores, um grande mercado editorial de revistas especializadas que atingiram o seu auge essencialmente após a década de 1970, talvez o meio de comunicação mais especializado que assistimos até aos nossos dias. Scalzo (*cit. in* Tavares, 2007, p. 11) diz nos que “ (...) as revistas cobrem funções culturais mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura”⁴⁸.

Constituindo-se como uma resposta a todo um vasto pedido de informações direcionadas para interesses específicos, Tavares (2007, p. 14) elucida-nos acerca das revistas,

“Uma vez que o jornalismo de revista volta-se, através de uma dinâmica própria para a sociedade, sem, no entanto, deixar de ser jornalismo – como aponta Scalzo (2004) –, as revistas para as quais nos voltamos, podemos dizer, voltam-se para certos “acontecimentos invisíveis” que permeiam a vida cotidiana, que servem de base para a formação das diversas teias e tramas sociais e que passam a ganhar destaque não pela sua “anormalidade” frente ao pano de fundo da qual fazem parte, mas justamente por este pano de fundo ser considerado hoje um contexto de intensa instabilidade”.

No entanto, num âmbito financeiro, tanto as revistas e outros meios de comunicação dependem muito de um suporte financeiro, ou seja, os seus conteúdos

⁴⁷ Quesada Pérez (1998, p. 74) diz-nos ainda que estes fatores que “permitem definir facilmente várias dezenas de possibilidades teóricas que com toda a seguridade cobriram o complexo mercado da imprensa especializada”.

⁴⁸ Scalzo (*cit. in* Tavares, 2007, p. 12) diz ainda que “a vocação histórica das revistas não é propriamente noticiosa, mas sim a do tratamento de duas grandes temáticas: a da educação e a do entretenimento”. Ou seja, podemos considerar que as notícias fogem de uma imagem clássica, para uma imagem mais educacional, mais pessoal.

necessitam de atrair a atenção dos variados públicos de forma a vender os seus produtos. Como nos diz Valera (*cit. in* Quesada Pérez, 1998, p. 68), a autora lembra que “a criação dos meios de especialização surge, também, como um bom negócio, e que esta permite aos meios disporem de um maior campo publicitário, que vem atraído pelo setor da sociedade que consome esta informação”⁴⁹.

Uma vez já referido em cima, o surgimento dos meios audiovisuais, mais propriamente a televisão por volta da década de 80, trouxe consigo fortes programas de reportagens informativas. Um dos grandes impulsionadores, se não o mais importante, desta ampliação televisiva foi o programa americano *See it now* do jornalista da CBS News, Edward R. Murrow. Na opinião de Quesada Pérez (1998, p. 76), “*See it now* marcou os parâmetros da reportagem televisiva que depois seriam copiados por outras cadeias americanas e importados em grande massa para a Europa”.

2.2. Os jornalismo especializados mais comuns

A grande complexidade de que a informação tem sido alvo tem imposto uma quase obrigação de uma maior profundidade em seus conteúdos, um maior rigor em todas as áreas que possam interessar ao público, satisfazendo desta forma as requisições dos mesmos cada vez mais exigentes.

A concepção do jornalismo especializado passa pela permanente amplificação dos espaços temáticos, que se configuram como o seu objeto de estudo. É certo e sabido, que a temática da especialização encontra-se dividida em quatro grandes áreas especializadas, como a área Económica, a área Política, a área Cultural e a área Social, às quais assistimos diariamente nos jornais, nas revistas, nas reportagens televisivas e também em plataformas online. Também Fontcuberta (*cit. in* Quesada Pérez, 1998, p. 51) vai de encontro a esta consideração afirmando que “a produção ideal do discurso jornalístico é

⁴⁹ Tradução livre de “la creación de médios especializados surge, también, como un buen y saneado negocio, ya que ésta permite a los médios disponer de un mayor campo publicitário, el cual llega atraído por el sector de la sociedad que consume este tipo de información”.

aplicada a uma parcela de conhecimento na perspetiva sistémica de quatro grandes áreas de conhecimento social: sociedade, política, cultura e economia”⁵⁰.

Portanto, esta especialização que recaiu no jornalismo levou ao surgimento de novas temáticas⁵¹, como a uma reorganização dos meios de comunicação, do próprio jornalista e das práticas profissionais, áreas estas que os seus temas se apresentam diferenciadas em um único aspeto, o meio comunicação em que se inserem, como a rádio, a televisão e a imprensa (jornais e revistas), de forma a dar resposta às suas necessidades. Conseguimos evidenciar que numa espécie de jornalismo de rádio e televisão há um todo conjunto de temáticas especializadas patentes, enquanto que no jornalismo de imprensa, como jornais e revistas especializados verificamos que os seus conteúdos se centram apenas em uma temática concreta, como só política, só desporto, só economia, como só ciência ou como só cultura, entre outros temas.

As grandes áreas de especialização apresentam-se, segundo Orive e Fagoaga (1974, pp. 86-87) em três conjuntos, como Políticas, Humanas e Recreativas. No mesmo seguimento, Quesada Pérez (1998, pp. 58-59) explica-nos a que a área política abrange “secções de política internacional, política nacional (...), política regional e política local”⁵². Posteriormente, a área humana, e aqui também se cruza com o pensamento de Orive e Fagoaga, “é uma área propícia a entrevistas de personalidade, conteúdos de interesse humano, a secções de eventos e a reportagens que tratam temas da medicina e das ciências comportamentais”⁵³. Por último, para Orive e Fagoaga (1974, p. 86) a área recreativa centra-se na “informação destinada à recreação de valores do ser humano aproveitando principalmente o seu tempo livre”⁵⁴.

Dentro destes três grupos inserem-se, portanto, as grandes áreas de especialização. Começamos pela Política, ao qual nos questionamos o quão é importante o jornalismo

⁵⁰ Tradução livre de “la óptima producción del discurso periodístico aplicado a una parcela del saber en la perspectiva sistémica de las cuatro grandes áreas de conocimiento social: sociedad, política, cultura y economía”.

⁵¹ Estas novas temáticas já referenciadas no texto, chamadas *áreas de especialização*, já existiam antigamente em um jornalismo mais generalista. Eram vistas como uma espécie de macroestruturas organizativas, que na sua maioria das vezes mal restringidas entre si.

⁵² Tradução livre de “secciones de política internacional, política nacional (...), política regional e política local”.

⁵³ Tradução livre de “es ésta una área propicia a las entrevistas de personalidad, al reporterismo de interés humano, a las secciones de sucesos ya a los reportajes que tratan temas de medicina y ciencias de la conducta”.

⁵⁴ Tradução livre de “la información destinada a la recreación de valores en la persona humana aprovechando principalmente su tiempo libre”.

para esta vertente. Numa perspetiva mais pessoal, e visto que se trata de umas das especializações mais importantes para o jornalismo, este por sua vez também desempenha um papel bastante relevante na vida do Governo e dos políticos, de forma a ganharem voz e destaque, como uma relação de dependência.

O jornalismo por si só é considerado uma espécie de pau de dois bicos, ora com críticas positivas ora com críticas negativas. Ou seja, pensasse de certa forma que os meios de comunicação social são importantes para o envolvimento da sociedade na vida política, ou há também quem pense que o jornalismo só está lá para evidenciar críticas.

Como nos diz Sousa (2013, p. 54), “o aparecimento dos meios impressos – noticiosos e, posteriormente, de opinião – trouxe consigo uma revolução no mundo político. O poder político teve de se expor cada vez mais e de publicitar a sua ação para obter legitimidade simbólica”. As palavras do professor e jornalista leva-nos ao encontro do que foi referido anteriormente, esta necessidade de se imporem na sociedade é dependente também dos meios de comunicação.

Assim, concluiu-se que os políticos decidem quais as informações partilhar de forma conveniente para si mesmos, enquanto os jornalistas avaliam e classificam esse material informativo como interessante ou não para se passar à fase da construção noticiosa.

Também a Política se encontra interligada a questões económicas. A Economia por sua vez, na voz de Quesada Pérez (1998, p. 59) “investiga a informação económico geral, com particular ênfase para informações bancárias e de mercado, bem como de trabalho e do negócio”⁵⁵. Esta será talvez a especialização que menos seguidores atraem, provavelmente por acharem que por vezes é um quebra-cabeças. No entanto, por mais que inicialmente as pessoas fugissem da economia, nos dias de hoje assiste-se a uma maior entrega a esta área, afinal de contas, a economia, assim como a política, está presente quase todos os aspetos da vida da nossa sociedade⁵⁶.

⁵⁵Tradução livre de “Profundiza en la información económica general, haciendo especial hincapié en la información bancaria y la bursátil, así como en la información laboral y empresarial”.

⁵⁶ Aqui também se assiste a uma relação de mútua dependência entre a economia e a sociedade, sendo que todos os aspetos económicos em que a sociedade está inserida, como a riqueza, a pobreza, o emprego, o desemprego, entre outros aspetos de cariz económico, atingem uma verdadeira importância para todos os grupos sociais do país, como as famílias, os governos e cada indivíduo individualmente.

Tal reflexão é complementada por Robert Holton (*cit. in* Mendes, 2014, p. 15) que nos diz que “para além das lutas materiais e das exigências da vida de todos os dias, as questões económicas estão intimamente ligadas ao modo como compreendemos a estrutura e a dinâmica da vida social, e aos debates sobre as disposições económicas que melhor possibilitam o avanço do bem-estar da humanidade”.

Cada vez mais se assiste a um número vasto de publicações acerca desta temática, aliás, desde sempre ela esteve presente no jornalismo e maioritariamente se vê o quanto esta invade as nossas redações e os meios de comunicação social. Como constata a especialista em economia Suely Caldas (*cit.in* Mendes, 2014, p. 15), “o jornalismo económico tem a mesma idade da imprensa. Não há registo de um jornal sem notícias de factos económicos”. Portanto, é irrefutável o grande peso que a economia assume nas nossas vidas. Ainda assim, esta temática será discutida do jornalismo económico no terceiro capítulo.

Relativamente ao jornalismo Cultural, é uma área que ainda não se encontra completamente especificada em termos de conteúdo ou linguagem, pois possui um vasto número de temas, de saberes, artes e literaturas, como literatura, pintura, escultura, música, dança, artes plásticas, fotografia, etc. (Quesada Pérez, 1998, p. 60). Quando pensamos em cultura, lembramo-nos de filmes, cinema, música, teatro, eventos sociais e culturais, como festivais, ou seja, toda uma circulação de necessidades que se inserem na sociedade.

Um dos seus aspectos a ressaltar, é que neste tipo de jornalismo é pouco comum ser um jornalismo de opiniões ou conhecimentos pessoais por parte de quem o faz, mas sim um jornalismo de formar opiniões na sociedade. Ou seja, com isto queremos dizer que este tipo de jornalismo deve informar e principalmente, uma das suas grandes características, deve entreter os leitores, assistindo-se assim a um espaço cada vez menos para a análise crítica. É o chamado jornalismo de agenda pelo simples fato de fazer uma grande divulgação destas temáticas todas. Segundo Piza, (*cit. in* Gonzalez, 2009, pp. 4-5), “ (...) a natureza dos assuntos tratados por essa seção, do cinema à moda, da literatura à música, é obviamente convidativa. Está nos indicando, em geral, coisas boas para fazer, como ver um filme, ir a um restaurante, ler um livro”.

Ao longo dos últimos anos, este jornalismo tentou objetivar-se como uma forma de fazer chegar ao público conhecimento com conteúdos informáticos e ao mesmo tempo conteúdos críticos e de entretenimento.

Por último, o jornalismo de Sociedade, nas palavras de Quesada Pérez (1998, p. 60) trata de abordar temas de educação, medicina, meio ambiente, política, tribunais, religião, população, desportos, entre outros. Ou seja, é um tipo de jornalismo que aborda qualquer outro tipo de jornalismo acima referido, com uma grande variedade de informação, todo um aglomerado da Política, da Economia e da Cultura.

O processo de construção destas quatro grandes áreas de especialização foi completamente reestruturado ao longo dos últimos anos, quando inicialmente se tratavam os temas com uma simples superficialidade, agora tratam-nos com maior profundidade e conhecimento, como também uma melhor explicação dos acontecimentos, com páginas completamente escritas, acabando por conseguirem dar resposta a todos os pedidos dos públicos específicos

2.3. Jornalista especializado e Jornalista generalista

Antes de mais, devemos reconhecer o perfil do que é a atividade do jornalismo. Para Traquina (2005, p. 31), o jornalismo é uma atividade intelectual e todos os seus profissionais detêm uma “enorme responsabilidade social”, ou seja, uma responsabilidade para com a sociedade. Para o autor, todos os jornalistas tem a obrigação de notificar sobre tudo que é considerado relevante e interessante para a sociedade.

No entanto, Traquina (2005, pp. 33-35) apresenta-nos as três fases em que se demarca o desenvolvimento do jornalismo. Começamos pela sua expansão que se iniciou no século XIX, é uma fase que se marcou pela expansão do número de jornais e pelo maior de número de pessoas que cada vez mais acediam a esses jornais. É uma fase em que a imprensa escrita sofre uma grande propagação. A segunda fase deste desenvolvimento jornalístico passa pela sua comercialização, altura em que começam a surgir as primeiras agências noticiosas, com o objetivo de produzirem notícias que abarquem vários tipos de públicos. Outro fenómeno notado nesta fase foi o surgimento da

Penny Press⁵⁷. Numa última fase observa-se o aparecimento do papel social da informação, onde o jornalismo como profissão e com os seus membros começam a associar-se a sindicatos e associações sob o domínio de regras.

O jornalismo sempre teve como preocupação chegar aos mais vastos públicos e é certo e do conhecimento de todos que o jornalismo e suas funções tem vindo a sofrer alterações ao longo dos anos face à sociedade em que vive. Toda a informação publicada vai ao encontro de todas as particularidades quando se dirigem aos mais variados públicos e todas as publicações jornalísticas passam a inserir cada vez mais informações personalizadas, dando um maior ênfase ao jornalismo especializado.

Começam a surgir as grandes primeiras mudanças na área do jornalismo com características de uma verdadeira profissão, entre meados do Século XIX e Século XX. Com isto, os próprios jornalistas também se começam a assegurar como verdadeiros profissionais. Para Fidalgo (*cit. in* Fragoso, 2013, p. 28), assiste-se a “cada vez maior capacidade reivindicativa dos trabalhadores”, uma vez que estas alterações trouxeram uma maior noção de liberdade de Expressão.

Com o desenvolvimento do jornalismo especializado, assiste-se então a uma mudança na perspetiva do perfil do jornalista deixando se ser apenas associado a conhecimentos gerais. O jornalista especializado é aquele que se inclina sobre temas específicos e o jornalista generalista é aquele capaz de cobrir qualquer temática, sem aprofundar demasiado. Para Tavares (2009, p. 126), é a partir da prática profissional que se diferenciam os jornalistas “especialistas” e “generalistas”. No pensamento de Borrat (*cit. in* Tavares, 2009, p. 126), o jornalismo especializado é como “uma maneira de produzir textos periodísticos”.

Também Jacinto (2016, p. 25) nos dá outra reflexão⁵⁸ desta diferenciação destes dois tipos de jornalistas, ainda que dentro da mesma linha de pensamento que os anteriores autores. A autora elucida-nos quando diz que “os jornalistas «especialistas em generalidades», capazes de cobrir temas em qualquer área, mais ou menos aprofundados,

⁵⁷ A Penny Press foi o nome que se deu ao novo jornalismo. Inicialmente eram jornais com um preço de seis centavos, mas o preço desta nova imprensa reduziu-se para um centavo. Eram jornais acessíveis que promoviam uma maior circulação, e por razões económicas tornaram-se mais baratos de forma a obterem um maior número de leitores.

⁵⁸ Estas reflexões sobre ‘especialização jornalística’ e ‘jornalismo especializado’ pode resultar num “conflito terminológico”, segundo Tavares (2009, p. 124).

em qualquer plataforma, dentro ou fora das redações dividem, cada vez mais, as redações com jornalistas que trabalham assuntos e temáticas específicas, pois a especialização tem vindo a ganhar maior expressão”.

Também nas palavras de Marchetti (*cit. in* Martins, 2007, p. 16), “o campo jornalístico estrutura-se em torno da oposição entre um pólo ‘generalista’ e um pólo ‘especializado’, e o grau de especialização varia segundo os suportes e os jornalistas”. O próprio autor observa que ao longo destes anos o número de jornalistas especializados dentro da vertente do jornalismo é cada vez mais observável.

Um importante factor que os próprios jornalistas teriam que ter sempre em mente, é a percepção para quem estariam a escrever, objetivo este que, segundo Martins (2007, p. 16) “parece ter sido esquecido por parte de alguns profissionais da comunicação jornalística”. É neste sentido que Marchetti (*cit. in* Martins, 2007, p. 16) diz-nos que o “grau de especialização varia fortemente segundo o tipo de suporte (generalista/especializado; audiovisual/imprensa; pequenas/grandes redações), as especialidades e a posição que estas ocupam nas hierarquias internas das redações”.

Devido à evolução da tecnologia, no século XIX, com o aparecimento do telégrafo, pela melhoria dos transportes e pelas vias de comunicação, houve um desenvolvimento no mercado. Desta forma, a informação começou a valorizar-se, os jornais multiplicaram-se e começaram a surgir várias agências para produzirem notícias para vários públicos. Assim, resultou numa maior diversificação da informação, uma vez que esta mudança fez com que o público se tornasse mais instruído e começasse a procurar mais conteúdos, fazendo com que os jornais comesçassem a produzir as mais variadas notícias para um público mais desenvolvido.

A partir daqui as redações começaram a organizar-se por diferentes órgãos, como jornalistas, editores, repórteres, divididos por diferentes temáticas, como desporto, política e economia, ou seja, os jornalistas especializaram-se consoante as diferentes editoriais. Segundo Tavares (2009, p. 122), esta especialização no jornalismo intensificou-se devido à necessidade do próprio público que cada vez mais instruído procurava uma informação mais completa e procurava uma maior profundidade das temáticas, e também devido às imposições colocadas aos próprios profissionais.

Com todo este desenvolvimento na imprensa, os jornalistas acabaram por se especializar para dar ênfase e aprofundar ainda mais diversos assuntos, de forma a construírem também uma linguagem que fosse do conhecimento de toda a gente, possibilitando assim ao público novos saberes.

Para Tavares, citando Orive e Fagoaga, toda esta especialização surgiu com o propósito de “diagnosticar os problemas da sociedade atual segundo certa área de interesse, discutindo possíveis soluções e servindo para formar nos leitores uma consciência escrita.” (2012, p. 98) Ou seja, toda a especialização dos jornalistas desenvolve-se sobre a necessidade de informar o público e da necessidade de responder às exigências das agências.

Desta forma, podemos concluir que todas as apreensões acerca da saída destes profissionais para o mundo do trabalho, se estão bem instruídos ou não, leva-nos a pensar que a grande parte das escolas com cursos superiores não estão devidamente preparadas e não se têm adaptado a todo um conjunto de mudanças que englobam os meios de comunicação e a sociedade. Devemos pensar que o jornalismo económico é acima de tudo considerado jornalismo, independentemente dos títulos das publicações, continua a ser jornalismo. O mesmo se aplica aos jornalistas que mesmo sendo especializados em economia e escrevendo textos de cariz económico, continuam a ser jornalistas, não são por isso considerados especialistas.

3. O que é necessário para formar um jornalista especializado em economia

A especialização de temáticas a que assistimos nos pontos anteriormente, faz-nos pensar no que é realmente necessário para formar um jornalista em especialista. Já concluímos que um jornalista generalista, tal como o nome indica, tem como objetivo noticiar todos os assuntos, sem grande profundidade. Enquanto um jornalista especializado faz uma abordagem do tema muito mais aprofundado, com conhecimento de causa, de forma a atender os pedidos de um público também ele, cada vez mais exigente e especializado.

É sabido que desde os seus primórdios o jornalismo sempre procurou abranger públicos amplos, sendo considerado o intermediário entre o público e a realidade onde o jornalista assume um papel emissor. Mas desde que o jornalismo especializado ganhou mais ênfase, o público passou a ser a sua grande especialidade. Desde então, que o próprio jornalista deixa de ser visto apenas como alguém que possui conhecimentos gerais, mas passa a ser associado um profissional com conhecimentos específicos e aprofundados.

Abramo (*cit. in* Abiahy, 2000, p. 7) chega mesmo a dizer-nos que “os cursos dão muita coisa que, no fundo, são apenas noções. Por isso, o jornalista ficou com a fama de ser um especialista em generalidades. A meu ver o curso de jornalismo deveria ser um curso de pós-graduação. O ideal seria ter na redações economistas, sociólogos ou médicos que, além do curso específico, tivessem uma pós-graduação em jornalismo e aprendessem como contar as coisas e escrever com clareza”.

Face a esta observação por parte de Abramo, resta-nos perguntar: Será que os jornalistas, saindo eles de cursos considerados generalistas, estão preparados para serem jornalistas especialistas?

Muitas opiniões centram-se na teoria que muitas das empresas na hora de darem emprego ao jornalista, se focam mais na sua experiência e outros complementos até então, do que propriamente na licenciatura que tirou. Há também quem defenda que os jornalistas não se deveriam limitar a narrar o acontecimento, mas sim de certa forma atribuírem-lhes significados, a darem mais do seu próprio conhecimento à narrativa. Por outro lado, Abraham Flexer (*cit. in* Traquina, 2005, p. 94) elucida-nos de quais os principais aspetos para uma profissionalização em 1915. O autor refere que primeiramente o profissional deve ser proveniente de um “sentido de responsabilidade individual”, em segundo deve possuir uma boa “base de ciência e aprendizagem”, em terceiro “um uso prático de conhecimentos especializados”, seguidamente “uma partilha de técnicas comuns entre o grupo”, assim como “uma forma de auto-organização”, e por último, “um sentido de altruísmo”.

Anos mais tarde, em 1957, é a vez de Ernest Greenwood (*cit. in* Traquina, 2005, p. 94) de criar um novo conceito para o processo de especialização, entre os quais “uma teoria sistemática”, “um sentimento de autoridade por parte dos membros do grupo”, “a

ratificação por parte da comunidade” de agentes especialistas, da “existência de um código ético”, e a presença de “uma cultura profissional”.

Para Everett Cherrington Hughes (*cit. in* Traquina, 2005, pp. 96-97) o seguimento de uma ética dentro da organização profissional é essencial, onde nos diz que se “as pessoas na ocupação tiverem algum sentido de identidade e solidariedade, exigirão também um mandato que defina – não apenas para eles, mas igualmente para os outros – uma conduta apropriada no que respeita aos assuntos relacionados com o seu trabalho”. O sociólogo acrescenta ainda que as pessoas na sua profissão “procurarão também definir e possivelmente consegui-lo-ão, não apenas uma conduta apropriada mas até modos de pensar e de crer para todos individualmente e para o corpo social e político (...)”⁵⁹.

O processo de profissionalização dos jornalistas é um processo que se assiste desde meados do século XIX e que continuou ao longo do século XX, mas no entanto, de uma forma mais lenta. Porém, ainda assim, os jornalistas portugueses foram seguindo este processo de profissionalização⁶⁰, que se fortificou com a industrialização e a urbanização das sociedades no século XIX (Traquina, 2005, p. 107). Ainda que considerado um processo mais atrasado em relações a outros, os jornalistas portugueses tiveram igualmente direito a cursos de ensino superior, com a criação de Licenciaturas⁶¹ nas universidades portuguesas, como também à construção de códigos deontológicos, sendo o primeiro edificado em 1976. Entre 1980 e 1990 assiste-se ao livre ingresso por parte do *Sindicato dos Jornalistas Portugueses*, à profissão de Jornalismo. (Traquina, 2005, p. 108).

No entanto, estes códigos deontológicos não definem apenas regras comportamentais para os jornalistas, definem igualmente as suas obrigações para com a sociedade. Ou seja, o jornalismo é visto como um serviço público, serviço esse visto como o seu papel social perante as sociedades, todo um conjunto de deveres como,

⁵⁹ Isto com base no pensamento da existência de códigos deontológicos, que na área do jornalismo, provoca a criação de uma identidade profissional.

⁶⁰ O processo de profissionalização dos portugueses registou-se um processo mais lento em comparação, por exemplo, com a Inglaterra, quando em 1353 já se assistiam a discussões sobre a existência de cursos, nomeadamente de Medicina.

É de se ressaltar, que em termos de especialização, na opinião de vários autores, o curso de Jornalismo sempre foi considerado abaixo de cursos como Medicina ou Direito, pelos próprios terem um campo de especialização muito mais alargado que os jornalistas.

⁶¹ Assiste-se em 1979 à criação da Licenciatura na Universidade Nova de Lisboa e em 1980 na Universidade Técnica.

“responsabilidades que constituem elementos importantes de toda uma cultura profissional⁶²” e “responsabilidades que estão associadas a toda uma mitologia que foi contruída ao longo dos séculos” (Traquina, 2005, p. 120).

Na perspetiva de Penn Kimball (1963 *cit. in* Traquina, 2005, p. 120), estes profissionais “são servidores do público (...). O sentido de responsabilidade com a comunidade, a lealdade para com o público enquanto cliente acima de todas as outras lealdades, é a principal exigência do jornalista no seu trabalho. O serviço público, de fato, acaba por ser uma das motivações essenciais dos jovens que procuram um futuro no jornalismo”. Vollmer e Mills (1966 *cit. in* Traquina, 2005, p.120) acrescentam que estes códigos deontológicos “prescrevem também os deveres dos membros de todo um grupo em relação aos que estão fora dele”.

Traquina (2005, p. 109) ainda nos questiona, “o jornalismo é ou não uma profissão?” O próprio autor nos diz que é “jornalista quem quer”, fato este que é corroborado por Woodrow (1996 *cit. in* Traquina, 2005, p. 109), afirmando que “nenhum (jornalista) é submetido a qualquer espécie de ‘exame’ onde se leve em conta a integridade moral, as capacidades intelectuais ou as habilitações académicas”. O jornalismo é visto como uma área de conhecimentos muito vasta, mas ao mesmo tempo muito vaga, sendo que diariamente eles lidam com uma grande quantidade de acontecimentos relacionados com a vida humana.

Relativamente à sua especialização é uma questão que tem vindo a ser discutida por vários estudiosos desde muito cedo. Para Boyd-Barrett (1980 *cit. in* Traquina, 2005, p. 115) considera que um problema que persiste é a “ausência de um corpo significativo de teoria e de saber específico do jornalismo”. Porém, contraditoriamente Kimball considera que o problema do jornalista é possuir “um plano curricular (...) horrivelmente vasto”.

O jornalista acrescenta ainda (*cit. in* Traquina, 2005, p. 115) que “o repórter faz parte de um processo independente de comunicação. É uma razão para explicar porque as ciencias sociais surgem de uma forma tão proeminente nos planos curriculares dos cursos

⁶² Esta cultura profissional é igualmente vista por Greenwood (*cit. in* Traquina, 2005, p.121) como o aspeto mais relevante da profissão de jornalista, dizendo mesmo que possui “uma das culturas profissionais mais ricas”, incluindo um dos valores mais honrosos, como “o valor da liberdade”.

universitários em jornalismo. A compreensão do comportamento e dos preconceitos humanos, dos padrões sociais e culturais, são o equipamento essencial”.

Capítulo III

Jornalismo Especializado em Economia. Enquadramento e desafios

1. Breve contextualização do Jornalismo Económico

Depois do século XVII ser marcado por jornais de cariz político e noticioso, assiste-se a um desenvolvimento da imprensa especializada. Porém, as primeiras coberturas sobre Economia surgiram ainda no século XVII, juntamente com os primeiros boletins noticiosos publicados por banqueiros e comerciantes europeus. Porém, desde os fins do século XVIII e inícios do século XIX que a imprensa começou a mostrar o seu propósito na economia e é a partir dos anos 80 que os temas económicos ganham mais destaque na imprensa portuguesa.

Fazendo uma breve paragem pelo século passado, XVI, Christiana Martins (2007, p. 49) diz-nos que alguns indícios históricos apontam para a existência de uma informação histórica que surgiram a meio deste século, factores como “informações práticas, como o preço das matérias-primas ou as taxas das trocas comerciais entre países”⁶³.

Podemos verificar que o jornalismo económico no regime democrático em Portugal tem menos de duas décadas, ao qual selecionei três momentos de referência para este jornalismo: após a Revolução do 25 de Abril de 1974 com o aparecimento entre 1986 e 1987 de dois semanários especializados, como o *Semanário Económico* e o *Jornal do Comércio*, e dos suplementos do *Diário de Notícias* e do *Tempo*, anos estes assinalados pelo reaparecimento da informação económica⁶⁴; este período sucede-se ao mesmo tempo

⁶³ A autora na sua obra faz ainda referência ao surgimento do jornalismo económico em outros países, como em França, que surgiu após a segunda Guerra Mundial, na Dinamarca, que surgiu nos inícios do século XVIII, e no Brasil, que remete a finais do século XIX e inícios do século XX.

⁶⁴ Entre 1968 e 1973, a informação económica foi revalorizada, mas depois do 25 de Abril de 1974 a informação económica voltou a renascer. Os jornalistas e o jornalismo acabaram por se autonomizar como atividade profissional, acostumados até então a uma liberdade de imprensa limitada e quase inexistente.

com a adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia (CEE) em 1986; e por fim, o período posterior à adesão à Comunidade Económica Europeia.

A autora da Obra *30 Anos de Jornalismo Económico em Portugal (1974 – 2004)*, Martins (2007, pp.9-10), realizou uma análise do jornalismo especializado em economia em Portugal, apresentando o enquadramento histórico e os princípios primitivos que serviram de base à desconstrução de notícias especializadas em economia publicadas nos meios de comunicação nas últimas três décadas em Portugal. A autora (2007, p. 53) procurou essencialmente procurar definir a evolução pela qual passou esta área da atividade jornalística num espaço de tempo de 30 anos, com início a 1 de Maio de 1974 e fim a 1 de Maio de 2004. No seu livro pode verificar-se que o Jornalismo Económico se alterou por completo ao longo destes 30 anos, após a Revolução dos Cravos em 1974. Esta faz referência a três períodos fulcrais na história do Jornalismo Económico em Portugal, anteriormente referidos: a Revolução do 25 de Abril de 1974⁶⁵, a adesão, em 1986, e o período posterior à Comunidade Económica Europeia.

Tengarrinha (*cit. in* Martins, 2007, pp. 46) explica-nos os primeiros sinais de jornalismo económico em Portugal quando nos diz que “um dos fenómenos mais interessantes a que se assiste neste período é o desenvolvimento da imprensa especializada. Depois dos jornais políticos e noticiosos do século XVII, e a par dos já referidos de divulgação de conhecimentos gerais, surgem em número cada vez maior periódicos que tratam apenas ou predominantemente de um assunto. Desde inícios de 1749 até finais de 1807 aparecem no nosso país 11 jornais literários e musicais, 7 científicos, 6 históricos, 3 comerciais, 2 de agricultura e 1 feminino”⁶⁶.

O autor (2007, p. 47) acrescenta ainda que o jornalismo económico e a sua devida propagação está “diretamente relacionado com a intensificação das atividades comercial e industrial no século XIX e, de uma maneira geral, o maior dinamismo da vida moderna”, que se deveu bastante ao “grande volume de negócios dos comerciantes portugueses com

⁶⁵ Segundo António Barreto (*cit. in* Martins, 2007, p. 11), “vivia-se em 1974, um clima social e uma situação económica que tornavam inevitável a liberdade. Se esta não viesse a bem, viria a mal. Com uma revolução. Como se viu. (...) Em certo sentido, a Revolução de 25 de Abril é também resultado dessa mudança social, que encontrava, na ditadura e na guerra colonial, obstáculos que era necessário remover. Como se fez”.

⁶⁶ Estes jornais possuíam títulos explicativos, como *Com Privilégio Real (1778 a 1807)*; *O Correio Mercantil e Económico de Portugal (1790 a 1810)* e *Preços Correntes na Praça de Lisboa (1807)*.

vários praças estrangeiras, sobretudo na base dos produtos brasileiros” decretando assim “a necessidade de tais periódicos”.

Também João Figueira (2012, pp. 11-12) em *A Imprensa Portuguesa (1974-2010)*, faz na sua obra uma breve incursão sobre os últimos 35 anos do jornalismo em Portugal, onde faz menção ao facto de que “com o 25 de Abril e o fim da à, Portugal assiste à explosão de novos títulos e ao aumento em flecha do número de jornalistas. Em 1974 e no espaço de um ano surgem nas bancas oito novos semanários, dois diários, nove jornais partidários e mais de uma centena de variados tipos de publicações periódicas”. Tal como referido, também o número de jornalistas aumentou, onde “o acesso à profissão durante o período de 1974-1975 não alterou substancialmente a situação dos jornalistas no que se refere às respetivas habilitações académicas. (...) A admissão de novos jornalistas, regra geral, processou-se segundo os trâmites da militância política, relegando-se para segundo plano a perspectiva profissional”.

Neste período processam-se então várias mudanças na imprensa portuguesa, começando pelo *A Capital*, *O Diário Popular* e *Diário de Lisboa*, o *Comércio do Porto*, *Vida Mundial* e *Diário de Notícias*. É no seguimento do golpe falhado de 11 de Março de 1975, que surgem as grandes transformações, que atingem o seu ponto mais alto com “as nacionalizações da Banca e dos Seguros, decretadas a 14 de Março, pelo Conselho da Revolução”, (Figueira, 2012,p. 13).

O autor (2012, pp. 13-14) ressalta ainda que,

“O sector público passa, doravante, a contar com os jornais *Diário Popular*, *Jornal do Comércio*, *Comércio do Porto* e *Record* (...); *O Século* (...); *A Capital* (...)e o *Diário de Lisboa* (...). Antes do 25 de Abril de 1974, *Diário de Notícias*, *Mundo Desportivo*, *Vida Rural* e grande parte do capital do *Jornal de Notícias* já dependiam do Estado (...). Como jornais diários privados sobrevivem, apenas, o *Primeiro de Janeiro*, no Porto, e o *República*, em Lisboa, além do *Diário de Coimbra*, *Correio do Minho*, *Diário do Minho*, *Diário do Sul*, *Notícias de Évora* e *Diário do Ribatejo*”.

Quando em 1986 Portugal adere à Comunidade Económica Europeia (CEE), assiste-se a um aumento da economia nacional, a um aumento do poder de compra e principalmente assiste-se a uma revalorização da informação especializada em economia. Para Helena Garrido (2005, p. 235), é neste período que “a oferta de informação

económica surge como uma espécie de antecipação da procura, coincidindo basicamente com o processo de liberalização da economia e com uma fase de prosperidade que terminará em 1993”.

Porém, Paquete de Oliveira (*cit. in* Martins, 2007, p. 62) elucida-nos em forma de contraste para o facto de como era o jornalismo antes da entrada de Portugal na CEE, um jornalismo bem diferente estruturalmente, onde o pesquisador ressalva que “nos últimos anos que antecederam à adesão de Portugal à CE, a imprensa portuguesa era caracterizada como uma imprensa sem estruturação e dimensionamento empresariais adequados, com quebras alarmantes nas vendas, tiragens e publicidade, com dívidas acumuladas. O estado geral de muitos títulos da imprensa diária era definido em ‘situação de falência técnica’, ‘à beira do colapso’ e numa situação de ‘indigência penosa’”.

O grande “boom” de vários jornais especializados em economia verifica-se então a partir deste ano e remonta igualmente a inícios do ano de 1987⁶⁷. Também na visão de Martins (2007, pp. 66-67) a integração de Portugal na CEE serviu como motor para o crescimento do jornalismo económico no país, onde primeiramente surgem o *Confidencial Negócios*, o *Inforbolsa* e o *Euroexpansão*. Também os inícios de 1987 são marcados com o aparecimento do *Semanário Económico*, um dos títulos que mais destaque trouxe para Portugal nesta área do jornalismo. Seguidamente surgem outros novos títulos como a *Fortuna & Negócios* em 1988, *Exame*, *Diário Económico* e *Europress* em 1989. Surge a revista *Valor* em 1991 e, em 1992 a *Expansão* e *Fortuna*. Em 1994 aparece a *Exame Executive Digest* e o *Jornal de Negócio* e a *Exame Marketing* em 1997. Dentro das novas publicações surge ainda a *Economia Pura* em 1998 e em 2001 a *Você SA*.

No entanto, duas destas são as que mais destaque ganharam nesta época de cariz económico, tal como nos diz Figueira (2012, p. 91) que o *Semanário Económico* e o *Diário Económico* são “publicações pioneiras, emblemáticas e fruto das circunstâncias de uma nova época política, económica e social que emergia e, sobretudo, reflexo da afirmação de um jornalismo especializado que vai crescer significativamente nos anos seguintes e conquistar, inclusivamente, espaços informativos notórios nos outros *Media*”.

⁶⁷ O ano de 1987 é marcado pelo primeiro «crash» bolsista após o 25 de Abril de 1974. Este «crash» trouxe consigo alguns rompimentos.

Os anos de 1986 e 1987 foram então marcados pelo renascimento da informação especializada em economia. Como refere Mário Mesquita (*cit. in* Martins, 2007, p.65), em “*Portugal 20 Anos de Democracia*”:

“Que o ano de 1986 e 1987 ficaram assinalados por diversas iniciáticas no domínio da informação económica. Jornais diários e semanários criaram novos suplementos económicos, dando maior desenvolvimento à informação e análises económicas (caso, por exemplo, do Diário de Notícias), enquanto novas publicações, como o Semanário Económico, surgiram, em 1987, à procura de um lugar no mercado da informação, abrindo uma senda que continua a ser explorada. Na origem deste desenvolvimento de formas de jornalismo especializado estiveram – além de factores como a reabertura da banca à iniciativa privada e a reanimação da Bolsa de Lisboa - as necessidades de informações criadas pela adesão de Portugal à CEE”⁶⁸.

No entanto, três fases relevantes durante este período de transformações devem ser mencionadas. A primeira refere-se às privatizações, onde se presencia a transição para os privados de quase tudo o que de importante pertencia ao Estado. A segunda fase diz respeito às concentrações da propriedade dos media em grandes grupos económicos. E por último, a terceira fase refere-se à comercialização das políticas editoriais.

Nas palavras de Correia (1997, pp. 39-40) “privatização, concentração e comercialização são indissociáveis. Constituem o núcleo central das transformações da última década, na decorrência das quais outras alterações são de ter em conta, nomeadamente, no que mais diretamente aos jornalistas diz respeito, as alterações nas formas e nos estilos de tratamento e apresentação da informação (com o incremento do sensacionalismo, da superficialidade, da confusão de géneros), a entrada em cena de novos actores na produção da informação (publicitários, opinion-makers, etc.) e a introdução generalizada das novas tecnologias (edição electrónica, etc.), com efeitos muito sensíveis nas formas de trabalho jornalístico”⁶⁹.

⁶⁸ Mário Mesquita (*cit. in* Martins, 2007, p. 65) acrescenta ainda que ao analisar-se toda esta evolução do jornalismo escrito em Portugal durante os anos 80, podemos verificar “o sucesso dos novos títulos de orientação popular-sensacionalista; a emergência e consolidação dos semanários como principais jornais de referência; o declínio da imprensa vespertina, no seu conjunto”.

⁶⁹ Estas três fases segundo Correia (1997, pp. 40-41) “são bem esclarecedoras acerca desse novo enquadramento de uma nova comunicação social cada vez mais sujeita às regras do mercado”. Assiste-se

Inicialmente, toda a informação económica provinha essencialmente de uma única fonte, o Estado, recaindo na maior parte das vezes sobre matérias macroeconómicas, como a banca, os seguros, as telecomunicações que pertenciam ao sector público, acabando por limitar todas as informações que se dirigissem ao mundo empresarial. Segundo Garrido (2005, p. 235), com as privatizações, iniciadas em finais da década de 80, e com a entrada de Portugal na União Económica Monetária em 1999, assistiu-se à mudança “de um jornalismo económico ancorado na macroeconomia para uma informação económica centrada nas empresas”. Os próprios profissionais especializados em economia também mudaram, ou seja, os jornalistas de economia de hoje possuem mais conhecimento dos temas que tratam do que há trinta anos atrás.

Com o fim do controlo do Estado⁷⁰ sobre os media e a sua privatização, seguida pelo aparecimento da comercialização, não se deu o tão desejado fim da politização dos media. Como refere José Manuel Paquete de Oliveira (*cit. in* Correia, 1997, p. 39), “na actual fase, em que os principais agentes de exploração dos meios de comunicação social são agentes importantes e interessados da actividade económica, é comum, e com certeza, é até estratégico para os seus objectivos, serem estes os principais interessados em fazer crer que a *política* saiu dos media. A simples mudança de actores/patrão não significa uma mudança efectiva nas estratégias de informação e programação”.

Assim é de importância referir a quem pertencem os principais órgãos de comunicação social portugueses, nomeadamente a nove grupos de media, assim como de forma breve, a sua contextualização e história. Estes grupos são designados de *Impresa*, *Portugal Telecom*, *Media Capital*, *Cofina*, *Sonaecom*, *Controlinveste*, *Recoletos* e *Impala*. Ao sector público pertence a *Portugal Global*, «holding» que possui a RTP, RDP e Lusa.

A *Impresa*, fundado em 1973 com a criação da *Sojornal* que vai editar o *Expresso*, é o maior grupo português de comunicação social. Tem como alusão o “Anuário de Comunicação 2002-2003 do Observatório da Comunicação”, liderado por Francisco Pinto Balsemão. Entre outras, publica revistas como a *Visão*, *Exame*, “assim como

igualmente a uma sobreposição da economia em relação à política, mas isso não quer dizer que se assiste também ao fim da influência política nos media.

⁷⁰ O Governo encontra-se afastado de grande parte dos setores que englobam a atividade jornalística, ou seja, os jornalistas e algumas empresas já não têm a necessidade de se dirigirem apenas ao Estado como única fonte de informação. Apesar de a maioria estar sob o domínio de empresas privadas nacionais, não quer dizer que o Estado deixou de ter qualquer tipo de pressão ou influência.

publicações especializadas por temas ou segmento de mercado”, como a *Caras*, *Turbo* ou *Activa*. Detém igualmente o canal de televisão SIC. À *Portugal Telecom*, também conhecida por *PT Portugal* abrange todos os sectores das telecomunicações “fixas e móveis”, e tem como acionista o “Grupo financeiro Espírito Santo”. A *Media Capital*, dona do canal de televisão TVI, foi vendida a 14 de Julho de 2017 ao grupo francês *Altice* por 440 milhões de euros. A *Altice* pertence a Patrick Drahi, mas é liderada em Portugal por Paulo Neves. Recorde-se que a *Altice*, dona da PT, é um operador de Telecom que já possui negócios de *media* em França e em Israel. Inicialmente, liderada por Miguel Paes do Amaral, foi criada em 1992 com a sua atividade assente maioritariamente na área da imprensa, que se iniciou com a publicação do jornal *O Independente* em 1989. É o maior grupo de media a operar em Portugal, expandindo-se em 1997 com a aquisição das rádios *Comercial* e *Nostalgia*, e no período concedido entre 1998 e 1999 acabou por adquirir a quase totalidade do capital da TVI. Detém o canal líder em audiências em Portugal, a TVI (TVI24, TVI Ficção, TVI Reality, TVI Player, TVI África e Internacional), possui o grupo de rádio MCR onde se inclui a Rádio Comercial, M80, Cidade, SmoothFM e VodafoneFM. A *Cofina* foi fundada em 1995 como um holding diversificada e é liderada por Paulo Jorge dos Santos Fernandes. Atualmente possui 5 jornais, 4 revistas e um canal de televisão por cabo, nomeadamente, o *Correio da Manhã*, o *Record*, o *Jornal de Negócios*, o *Destak* e o *Mundo Universitário*. Nas revistas detém a *Sábado*, a *TV Guia*, a *Máxima* e a *Vogue*, e ainda deu início às emissões televisivas do *Correio da Manhã TV*. A *Sonaecom*, fundada em 1994 e liderada por Paulo Azevedo e Ângelo Paupério, com quem divide o cargo, é considerada uma sub-holding da *Sonae* para a área das telecomunicações, Internet e Multimedia. Detém jornais diários como o *Público* e o *Público online*. A *Controlinveste*, grupo fundado por Joaquim Oliveira em 1984, é um dos mais importantes ativos do grupo, com empresas e interesses na televisão, na imprensa, rádio, impressão e distribuição, e nas telecomunicações. Atualmente é presidido por Daniel Proença de Caralho e engloba a rádio *TSF*, títulos de imprensa e de referência como o *Diário de Notícias* e o *Jornal de Notícias*, o desportivo *O Jogo*, possui também uma marca digital de informação económica, *Dinheiro Vivo*, e ainda na imprensa regional conta com o *Açoriano Oriental*, o *Jornal do Fundão* e o *Diário de Notícias da Madeira*. Nas revistas possui a *Evasões*, *Volta ao Mundo*, *Notícias Magazine* e *Notícias TV*, distribuídas pelos jornais do grupo. Na fotografia engloba a *Global Imagens*. A *Recoletos*, é um grupo de media espanhol, controlada pelo grupo britânico Pearson, que

deteve a *Económica* e publica o *Diário Económico* e o *Semanário Económico*. A *Impala*, liderada por Jacques Rodrigues, tem interesse em várias áreas de negócios com maior inclinação para o sector Editorial. Editora de revistas de Portugal, de informação generalista ou especializada, como por exemplo, a Revista VIP, TV7 dias, ANA, Nova Gente, Maria, entre outras. (Garrido, 2005, pp. 236-237 e Figueira, 2012, pp. 123-128)

Garrido (2005, p. 238) finaliza dizendo que,

“A maioria dos jornalistas de economia trabalham assim em grupos que têm interesses noutros sectores de actividade ou negócios, num país onde, tal como se regista noutros, se assiste à concentração (...) e à diversificação dos negócios (...). As participações dos grupos presentes nos sectores financeiro, de energia e telecomunicações em Portugal é um exemplo”.

Ainda na mesma linha de pensamento, Figueira (2012, p. 121) elucida-nos na direção deste movimento, onde “esta tendência para a concentração da propriedade dos *media*, que em Portugal se inicia no final da década de 80 do século passado e ganha novos contornos 10 anos mais tarde, com a emergência e afirmação da denominada ‘nova economia’, insere-se num movimento mais vasto e de maior fôlego já devidamente consolidado na generalidade do mundo Ocidental”.

Verificou-se portanto, que ao longo destes trinta anos, não foi apenas o jornalista que sofreu alterações, os órgãos de comunicação também mudaram, especialmente no que toca a assuntos económicos desde 1974. Presenciou-se uma maior individualização das secções de economia⁷¹, com um maior reconhecimento, uma maior liberdade de expressão no que respeita a notícias de economia. Como refere a jornalista brasileira de economia Suely Caldas (*cit. in* Martins, 2007, p. 173), “a especialização crescente teve o mérito de preparar e qualificar os jornalistas, que passaram a conhecer e entender melhor os mecanismos internos dos diversos sectores económicos”.

Ainda na mesma linha de pensamento, Martins (2007, p. 173) remata: “mais jornais, mais jornais especializados, mais jornalistas especializados na questão económica, mais leitores, mais assuntos a acompanhar empurraram o jornalismo

⁷¹ Podemos considerar que o jornalismo económico se transformou porque o próprio contexto histórico-social em que a atividade jornalística especializada em economia se insere, mudou também. Ou seja, com a evolução da política, com a independência desta área e com a profissionalização dos próprios jornalistas, resultou no facto de as notícias sobre economia da nossa atualidade seja completamente diferente das notícias sobre economia de há 30 anos atrás.

económico português”. Esta transformação a que assistimos refletiu-se no aumento da oferta de informação especializada em temas económicos, onde o Governo deixou de ser a única fonte de informação, mas sim as empresas sobre as quais se faz notícia. Assiste-se, portanto, a um aumento e diversificação do campo dos *media*, falamos da expansão da atividade jornalística cada vez mais especializada e diversificada, como o aumento das suas publicações especializadas.

Todas estas modificações nos *media* e em todos que ele engloba, fizeram com que Correia (1997, p. 39) afirmasse que de certa forma “trouxeram consigo uma nova forma de estes se relacionarem com o público e de influenciarem a opinião pública. O desaparecimento da imprensa de tendência e a actual predominância, por um lado, da imprensa de referência ou de qualidade, por outro, da imprensa popular, não significa que os *media* tivessem deixado de veicular mensagens políticas e ideológicas, mas sim que o passaram a fazer de outras formas”.

O Jornalismo Económico tornou-se, e depois desta breve contextualização pode observar-se, numa das áreas de conhecimento mais importantes, quer por um público generalista, ou mais especializado, quer pelos próprios meios de comunicação. Assim, dentro desta vertente económica, conclui-se que os finais dos anos 80 trouxeram significativas mudanças aos *media*, foi um período em que o panorama nacional se modificou profundamente, com a criação de fortes grupos económicos através da entrada em cena de grandes empresas e empresários, aqueles que decidiram entrar no sector, os que fizeram da comunicação social um sector central da sua estratégia de diversificação de investimentos.

2. Ética, Moral e Deontologia

Desde seus primórdios que o homem sempre se defrontou com a necessidade de fazer opções, mesmo que fossem para satisfazer desejos imediatos ou necessidades biológicas, como saciar a e a sede. É nessa altura que a força física, os limites do espaço faziam com que esse agisse por impulso, e a criação de uma nova linguagem em que pudesse diferenciar o mundo com a compreensão de conceitos, fez também com que

constituísse uma ontologia própria e diferente da dos demais animais e objetivada no trabalho.

A partir daqui a humanidade foi criando o artifício da linguagem e da cultura começando a diferenciar ética, moral e deontologia. Nas palavras de Francisco Karam (1997, p. 33) “em sua origem, ética e moral tinham significado quase idêntico, o de *carácter, costume, maneira de ser*, sendo que o primeiro termo é derivado do grego *ethos*, enquanto o segundo é originário do latim *moralis*. *Deontologia*, derivado do grego *deontos*, significa *o que deve ser*, isto é, a cristalização provisória do mundo moral, validado pela reflexão ética, em normais sociais concretas, em princípios formais e, em alguns casos, em normas jurídicas”.

Também André Lalande⁷² (*cit. in* Cornu, 1994, p. 36) nos apresenta a sua versão de definição, constituindo a ética como “a ciência que tem por objecto o julgamento de apreciação quando aplicado à distinção do bem e do mal”, diferenciando-a da moral que faz referência “ao conjunto das prescrições admitidas numa época e numa sociedade determinadas, o esforço para se conformar com essas prescrições, a exortação para as seguir”. Lalande acrescenta ainda que a ética se define por uma “exigência de sistematização” e uma “abordagem crítica”, enquanto a moral representa “o conjunto das regras de comportamento geralmente admitidas por uma sociedade histórica dada”.⁷³

Esta ligação entre ética e moral possibilita mostrar que lugar ocupa a deontologia profissional, uma teoria dos deveres⁷⁴, que “remete para uma abordagem empírica dos diversos deveres relativos a uma situação social ou a uma profissão determinada.” (Cornu, 1994, p. 38)

Ao longo da história humana, foi-se diferenciando ética de moral e para alguns autores significava a “reflexão sobre o mundo moral dos homens”. (Karam, 1997, p. 34) Nas palavras de Sánchez-Vázquez (*cit.in* Karam, 1997, p. 34), “a ética não pode ser reduzida a um conjunto de normas e sua finalidade é estudar, explicar e influenciar a

⁷² André Lalande foi um oficial do Exército Francês e General dos Chasseurs Alpinse da Legião Estrangeira Francesa. Lutou durante a Segunda Guerra Mundial no coração das Forças francesas livres, depois na Indochina e na Argélia.

⁷³ Em parte estas atribuições também pertencem a Paul Ricoeur (1990), que testemunha quando reserva o termo ética para o “desígnio de uma vida realizada” e o de moral para “a articulação desse desígnio em normas caracterizadas tanto pela pretensão à universalidade como por um efeito de imposição”.

⁷⁴ Termo criado por Jeremy Bentham, tutor do *utilitarismo*, associado a uma moral prática do “interesse bem compreendido”. Autor de *Deontology or the science of morality*, 1834.

própria moral”. Ainda nesta linha de pensamento, o pensamento de Sánchez-Vázquez se cruza com o de Esperanza Guisán (*cit.in* Karam, 1997, p. 34), onde a autora afirma que “a ética é a disciplina que investiga o propósito do comportamento humano, as instituições sociais, a convivência em geral”.⁷⁵ Também para Kremer-Marietti (*cit. in* Karam, 1997, p. 34), a moral acaba por se transformar em “uma civilização, uma cultura, um todo socialmente objetivado e cujo equilíbrio só pode ser rompido pela exigência imperiosa de novos problemas éticos”.

A reflexão ética para além de ser um momento em que nos perguntarmos qual é o sentido da vida de uma pessoa, de uma profissão e o que afinal andamos aqui a fazer, é também projeção para o futuro. Segundo Sartre (*cit. in* Karam, 1997, p. 35) filósofo, escritor e crítico francês, “o homem está condenado à liberdade” e que é sua “responsabilidade de projetar-se no futuro, de constituir o presente, e é ele o responsável por seus resultados.”. Esta inquietação do autor é para com a humanidade e com todos os ser humanos que a constituem, sendo uma preocupação que outros vários autores, ao longo do milénio, suportaram como uma atormentação e indagação diante da vida.⁷⁶

2.1. O que é a ética?

A ética é vista como um conhecimento, é algo que estuda o Ethos, por outras palavras podemos dizer que é uma ciência que engloba as maneiras mais comuns do homem atuar, a própria natureza ou a capacidade natural de este se comportar desta ou daquela forma. Ou seja, a ética estuda o comportamento humano, a descrição dos costumes, das atitudes humanas e do modo dessas atitudes, tanto no ser humano como na sociedade em que este está inserido.

⁷⁵ Tradução livre de “La ética es la disciplina que indaga la finalidad de la conducta humana, de las instituciones sociales, de la convivencia en general”.

⁷⁶ A história da ética tem vindo a ser estudada por vários especialistas, entre eles: *O que é a ética* de Álvaro Valls. São Paulo, Brasiliense, 1989; *Políticas de la postmodernidad, ensayos de crítica cultural*, de Ágnes Heller y Ferenc Fehér. Barcelona, Península, 1989; *Itinerários de Antígona: a questão da moralidade* de Barbara Freitag. Campinas, Papirus, 1992; *Ética* de vários autores. São Paulo, Companhia das letras/Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo, 1992; *História de la ética* de A. Macyntire. Barcelona, Paidós, 1988.

Alberto Branco, no resultado de uma tese realizada *A Ética e a Informação. O Jornalista como Profissional e o Jornalista como Pessoa* (pp. 71-72) diz-nos que para alguns, a ética não passa de uma ciência descritiva que se manifesta por meio de uma linguagem a atitude moral. E acrescenta: “alguns estudiosos consideram o que eles chamam de ética tradicional, como uma ciência puramente teórica e normativa que crê nos seus imperativos. Muitos analistas linguísticos chegam a afirmar que a Ética é uma ciência cujo fim é definir os termos morais: o bem, o mal, a justiça, o direito, a liberdade...”.

As normas que a ética engloba podem ser consideradas como uma filosofia que trata de fenómenos gerais, como um particular conhecimento sobre a verdade de todos os fatos, um conhecimento de todos os seus reais e principais objetivos e, ainda, uma espécie de doutrina com toda a credibilidade dos seus princípios. Portanto, segundo Branco (p. 73) a ética divide-se em dois tipos, a Ética Geral e a Ética Especial, sendo a primeira relativa ao estudo das leis e das regras da conduta moral do homem, assim como a segunda retrata essa atitude humana nos mais variados contextos da vida. O fator retratado anteriormente direciona-nos à conduta humana que enfatiza dois tipos de atitudes, a do homem e as suas posturas perante a sociedade.

Para Karam (*cit. in* Rossetti, Droguett e Pettinati, 2013, p. 4):

“Os conflitos morais e as tragédias estão na história e no cotidiano. Este reconhecimento é também o de que o conhecimento e ação humanos, presentes na Literatura, na Filosofia ou no Jornalismo são precisamente humanos, para discussão humana e solução humana. Por isso, os conflitos, presentes milenarmente nas ações humanas, aparecem também nas manifestações específicas de cada atividade, incluindo o que modernamente passou a chamar-se profissões, resultado da divisão social do trabalho”⁷⁷.

Segundo Cornu (1994, p. 441-444), os princípios Internacionais da Ética, via UNESCO, no Jornalismo foram adotados na quarta reunião consultiva de organizações internacionais e regionais de jornalistas, que se realizou a 20 de Novembro de 1983, em Paris. Assim, os princípios da Ética profissional no jornalismo são: *O direito dos povos a*

⁷⁷ O Código de ética do jornalismo deve fazer lembrar os jornalistas quais os ideais que os próprios devem seguir no seu dia-a-dia, o jornalista como figura presente na vida do público, deve recuperar esses ideais.

uma informação verídica, onde estes têm a total liberdade de se expressarem através dos meios de comunicação e de cultura; *A consagração do jornalista à realidade objectiva*, onde a criatividade do jornalista deverá oferecer ao público informação de qualidade de forma a criar uma ideia precisa do mundo, sendo o trabalho do profissional apresentar uma informação verídica e autêntica de acordo com uma realidade; *A responsabilidade social do jornalista*, que faz com que este em qualquer circunstância aja de acordo com a sua consciência individual, implicando sempre que partilhe essa responsabilidade pela informação comunicada e que responda perante os meios de informação e perante o público; *A integridade profissional do jornalista*, onde o seu ofício exige que este mantenha um alto grau de integridade, respeitando as suas convicções e a propriedade intelectual, deve evitar o plágio, e por último esta integridade não permitindo que o jornalista aceite qualquer tipo de suborno; *O acesso e a participação do público*, que exige que o profissional impulse o acesso livre à informação, incluindo o direito de correção e o direito de resposta; *O respeito pela vida privada e a dignidade humana*, ficando o jornalista impedido de fazer calúnias e difamações; *O respeito pelo interesse público*; *O respeito pelos valores universais e pela diversidade de culturas*, onde o jornalista promove valores como a paz, a democracia, os direitos humanos e o progresso social, respeitado também o valor e a dignidade das culturas. Este participa na transformação social com o intuito de criar uma maior democratização da sociedade, criando um ambiente de segurança entre as relações internacionais; *A eliminação da guerra e doutros grandes males que a humanidade enfrenta*, onde o jornalista terá que se afastar de qualquer manifesto de ódio ou discriminação, violência ou opressão, e por sua vez, este deverá contribuir para absolver a ignorância e incompreensão entre as culturas, deverá alertar os povos de um país para as necessidades de outros povos, deverá afiançar o respeito pelos direitos do ser humano, sem qualquer distinção de raça, sexo, língua, religião e nacionalidade; *A promoção de uma nova ordem internacional de informação e comunicação*, em que o jornalista terá que impulsar o processo democrático das relações internacionais no que toca à informação, tendo sempre como foco a paz e a cordialidade entre os Estados e os povos”⁷⁸.

⁷⁸ Sobre estes códigos deontológicos pode ler-se mais na obra de Karam (1997), de Cornu (1994) e de Goodwin (1993), para uma leitura mais complexa.

Os códigos da Ética abarcam consigo todos estes princípios, princípios estes que sem uma ligação ao que é realmente verdadeiro e sem uma ligação ao dia-a-dia, começam a dissipar o seu real significado. Desta forma Karam (1997, p. 58) diz-nos que,

“Os códigos, princípios e declarações possuem convergências e contradições éticas que tentam aproximar-se de uma concepção sobre a humanidade e a história em movimento. No entanto, não há como escapar da interpretação que guarda conteúdo subjetivista e das contradições reais entre os princípios, a legislação vigente e a legitimidade do cotidiano, que envolve a ruptura social”⁷⁹. Desdobramentos implícitos no conteúdo

Na opinião de um dos melhores jornalistas da história brasileira, Cláudio Abramo (*cit. in* Karam, 1997, p. 41), “não existe uma ética específica do jornalista: sua ética é a mesma do cidadão”, referindo-se ao jornalista como uma pessoa comum diante do Estado, do Governo e de toda uma tirania⁸⁰. Mesmo o autor H. Eugene Goodwin (1993, p. 412) acaba por reforçar essa ideia, ressaltando o facto de que “os jornalistas não deixam de ser cidadãos ou seres humanos quando vão para o trabalho. Os princípios éticos que segregam, do resto da sociedade, os jornalistas como classe, servem mal, tanto ao jornalismo como à sociedade”. Goodwin acrescenta ainda, reforçando que “o que é necessário é uma série de princípios, baseados num jornalismo que sirva ao público, procurando agressivamente e relatando o que for, tanto quanto possível, a verdade, a respeito de acontecimentos e condições que preocupem o público, um jornalismo que colete e trate as informações com honestidade e imparcialidade, e trate ainda o público envolvido com compaixão, um jornalismo que conscientemente, interprete e explique as notícias, para que elas façam sentido para o público”.

Segundo Karam (1997, p. 53), “a preocupação com a questão ética no jornalismo surge com a complexidade social e a complexidade crescente da mediação que os meios de comunicação exercem sobre a realidade. O jornalismo, ao reconstruir o mundo, ao mostrá-lo em sua diversidade de factos e pluralidade de versões, trouxe algo inerente

⁷⁹ É de se salientar que estes códigos trazem sempre consigo uma variedade de princípios, princípios estes que sem uma ligação de verdade ao concreto e ao cotidiano, acabam por se dissipar. Existem dois lados que a mim me parecem bastante necessários, por um lado impõem-se alguns aspectos morais, e por outro lado investir de certa forma na compreensão do jornalismo inserido numa sociedade, para que os seus profissionais e o próprio público fiquem devidamente qualificados.

⁸⁰ Para o jornalista (*cit. in* Karam, 1997, p. 65) “o cidadão não pode trair a palavra dada, não pode abusar da confiança do outro, não pode mentir. No jornalismo, o limite entre o profissional como cidadão e como trabalhador é o mesmo que existe em qualquer outra profissão. É preciso ter opinião para poder fazer opções e olhar o mundo da maneira que escolhemos. (...) O jornalista não tem ética própria. Isso é um mito. A ética do jornalista é a ética do cidadão. O que é ruim para o cidadão é ruim para o jornalista”.

consigo: a *necessidade* de distinguir os acontecimentos de relevância pública e a *responsabilidade* de publicá-los, prevendo consequências e atendendo a princípios de pluralidade social”, isto numa altura em que a ética aparece ao mesmo tempo em que se tenta garantir e alargar o direito social à informação.

Podemos considerar que existe uma relação entre a Ética e a informação, sendo a informação como uma forma de difusão informativa por meios especialistas de comunicação social. A Informação não pode existir sem informador, que sendo direta ou indiretamente a pessoa humana, não pode desprender-se da sua consciência. A fidelidade é então, uma característica fundamental da informação e a consciência profissional deve atender a aspectos como: as *Propriedades*, tais como a moralidade pessoal conforme a ética universal, a responsabilidade consciente e racional e as virtudes sociais; as *Obrigações*, tais como a formação, a lealdade à profissão e o perfeccionismo da consciência; as *Condições*, no que se refere à profissão ao ser humano e à liberdade da vontade.

Assim, da mesma forma que o homem distingue quais ele próprio não pode renegar e que devem ser satisfeitos e respeitados por todos, essa mesma dignidade que é o fundamento da Ética, exige-lhe um novo tipo de conduta, devendo haver adequação entre ser e actuar. Uns dos maiores valores do ser humano podemos considerar que é a liberdade, onde o homem necessita de respeitar a liberdade dos outros para que a sua também seja respeitada. Contudo, a Ética limita sempre essa liberdade porque regula o comportamento humano, com base em princípios que dão razão para que algo seja de certa forma.

Quando se dirige por atos, comportamentos e pelos direitos humanos, assim como o exercício de uma profissão, que não se rege apenas pelo ofício em si, a moralidade profissional pode-se definir como sendo uma parte especializada da ética, considerando o aspeto moral do homem enquanto exerce a sua profissão. A consciência da ética não se obtém de uma vez para sempre, esta aparece de forma gradual e lenta, e este processo sendo este evolutivo tem sempre que tem em atenção quando se trata de impor deveres morais ao ser humano, em consequência da sua faixa etária e dos valores da sociedade em que está inserido. Esta trajetória de moralidade nem sempre traça uma linha retilínea,

devendo-se à história dos indivíduos, das suas gerações e das suas culturas que por vezes sofrem uma regressão⁸¹.

Um dos aspectos mais importantes da ética da comunicação tem a ver com a relação entre o discurso e a acção, tomando a linguagem como um projecto visando determinados efeitos, onde podemos ver a acção como um discurso, uma estrutura de acordo com as regras de gramaticalidade. Por um lado, uma ética discursiva tem a ver com o estabelecimento das regras que presidem à interlocução e ao diálogo, com vista à operação de consensos e à gestão das dimensões, dos conflitos e dos diferendos, e, por outro lado, temos uma ética da acção, que tem a ver com as regras que regulam a interacção.

Kucinski (*cit. in* Perez Leite, 2010, p. 58) “o jornalista tornou-se um dos principais agentes da democracia, cabendo a ele revelar segredos do poder, informar, educar e esclarecer a população e, portanto, contribuir para a construção da cidadania e do exercício dos direitos civis. Esse é o objetivo principal do jornalismo segundo a ética dominante⁸² no jornalismo das democracias pós industriais. Os dois princípios fundamentais do padrão ético do jornalismo das democracias liberais são os de que a imprensa é considerada essencial à existência da democracia e de que cada jornalista é inteiramente responsável pelo que escreve e pelos resultados de sua ação, na medida em que ela é necessariamente intencional e consciente”.

O direito à vida privada e a liberdade de informação jornalística é um dos grandes problemas da ética na actividade jornalística, onde a atormentação constante entre a privacidade, o interesse público e a liberdade de informação devem estar todos envolvidos em valores sociais que envolvam o mundo jornalístico, o público envolvido e as suas fontes. Porém, Goodwin (1993, p. 406) defende que muitas vezes este tipo de invasão à privacidade dos outros, especialmente de figuras públicas, “pode ser muitas vezes justificado, mas, muitas vezes, também, exagerado”, onde certamente são as

⁸¹ Podemos dizer que o exercer de qualquer profissão existente não se rege apenas pelo tipo afazeres inseridos numa determinada área, mas sim em grande parte pela consciência moral dos seres humanos, pelos seus atos, pelos seus juízos de valor e pelos seus comportamentos.

⁸² Segundo Kucinski (2000, p. 174) o jornalismo económico governa-se pelos princípios da ética geral do jornalismo, apesar de ser uma área especializada e com diferentes rotinas dos restantes jornalismo. Ou seja, apesar de se ter tornado numa área diferente dos demais, este tem como base o respeito aos códigos éticos e ao interesse público, sendo que o jornalista durante este procedimento torna-se um dos principais agentes da democracia, competindo a ele informar, esclarecer o público do que se passa no país e, de certa forma, educar.

próprias pessoas quando entram num órgão de poder como o Estado, que abdicam de quase toda a sua privacidade em prol de algum reconhecimento⁸³.

Contudo, para Karam (1997, p. 47) o mundo do jornalismo também tem que saber lidar com os conflitos sociais, apesar de que ninguém “quer ser exposto publicamente por aspectos que, do ponto de vista da moralidade vigente, são condenáveis”. O autor acrescenta ainda que “o jornalismo não pode deixar de ser crítico, de traduzir a diversidade e conflitos. Isso só seria possível se escondêssemos a humanidade de si mesma e a cotidianidade de todos nós”. O próprio facto de se revelar a idade de uma pessoa em algum meio de comunicação, de revelar a identificação homossexual de alguém, a revelação de crimes sexuais e de estupro, considerada também é uma área problemática, em casos de revelação da identidade de delinquentes juvenis ainda é uma dúvida existencial, e mesmo em casos de mortes ou suicídios que defendem a preservação do nome da vítima, tudo isto podem ser factores de irritação, podem ser vistos como formas de invasão de privacidade.

Para Paul Johnson (*cit. in* Di Franco, 1996, pp. 17-18), um intelectual respeitado e autor do instigante *Tempos Modernos – O Mundo dos Anos 20 aos 80*, a intromissão à privacidade é “o pecado mais pernicioso da mídia de nossos tempos”. Este defende a ideia de que existe uma fronteira entre o “direito à informação” e o “direito à privacidade”, como o real interesse por parte do público e um bem comum. “O primeiro imperativo é um desejo dominante de descobrir e contar a verdade”, salienta Johnson.

Esta grande preocupação torna-se crescente e cada vez mais complexa na medida em que a tecnologia vai avançando e permitindo assim um maior acesso a acontecimentos e privacidade das pessoas. Foi em 1890, nos Estados Unidos, que esta preocupação foi falada oficialmente tornando-se em um tormento para os jornalistas, pois toda esta complexidade se estabelece como movimento e não como paralisia.

Podemos então concluir, que determinar os limites da privacidade, do interesse público e da própria concepção de liberdade, estando esta ligada com a responsabilidade

⁸³ O autor (1993, p. 446) acrescenta ainda que “as celebridades que fazem da vida pública um modo de vida e dependem da publicidade para sobreviver, são as primeiras a desejar que sua privacidade seja invadida, mas a mídia também tem invadido a privacidade dos parentes das celebridades, parentes esses que não são personalidades públicas e não procuram a publicidade”. Ora, posto isto assiste-se igualmente a uma forma ruim da atividade jornalística por parte dos jornalistas, quando toca a pessoas que não o desejam, visto como uma forma de tirar vantagem através delas.

social é um dos dilemas da ética jornalística contemporânea. O código de ética do jornalismo envolve outros inúmeros itens que devem ser respeitados. Contudo, de um modo geral, a ética de uma profissão não difere muito da ética e do respeito à moral exercida cotidianamente. (Kucinski, 2000, p. 174)

Em alguns códigos de ética de jornalistas, em vários países, existe uma coisa que se chama “cláusula de consciência” que implica que os profissionais possam recusar-se a fazer matérias, a realizar coberturas ou serem obrigados a cumprir normas editoriais, que por razões implícitas ou explícitas sejam contrárias às suas convicções. Esta cláusula de consciência pode servir tanto para proteger a informação, como para escondê-la, com base à exclusividade da consciência pessoal de cada um, podendo também variar de acordo com o tempo, o momento, o lugar e a circunstância.⁸⁴

Segundo Karam (1997, p. 99), os *Princípios Internacionais*⁸⁵ da *Ética Profissional dos Jornalistas* compreendem que o jornalista é consciente também diante do público em geral e dos seus interesses sociais, não atuando em conformidade com a sua consciência pessoal, e se assim for, “há o reconhecimento de que pela “consciência pessoal” do jornalista transitam várias consciências sociais, e, neste caso, a personalidade da consciência acaba refletindo, de certa forma, a diversidade de juízos morais e concepções de mundo diversificadas que se expressam na singularidade individual do profissional”. O autor completa ainda, dizendo que “nunca é estritamente pessoal, já que o profissional não está afastado do mundo e da diversidade de morais que este expressa em sua cotidianidade”.

O esquecimento desta convicção faz Thompson (*cit. in* Karam, 1997, p. 101) lembrar:

“As razões da Razão, desembaraçadas da consciência moral, se tornam, sem demora, as razões do interesse, e em seguida as razões do Estado, e daí, numa progressão incontestada, as racionalizações do oportunismo, da brutalidade e do crime. Não há, nem

⁸⁴ Porém, segundo Karam (1997, p. 101), o jornalista deve ter sempre em conta e em consciência as consequências dos seus atos, ou seja, “o profissional não pode condicionar os fatos e versões à sua consciência pessoal, assim como as fontes, o público, o governo, o Estado, os proprietários dos meios não devem fazer com que os fatos e a sua diversidade de interpretações se submetam à particularidade de seus interesses ou daquilo que acham que deve ser o jornalismo”.

⁸⁵ Da mesma forma que estes princípios se valem pelo uso da consciência moral, estes princípios são então igualmente válidos para profissionais latino-americanos, onde aqui de acordo com o seu código deontológico é proibido omitir informações que tenham interesse e importância coletiva.

pode haver nunca, uma moral ‘natural’, nem ‘fins naturais’. Certamente o materialismo histórico e cultural jamais as encontrou. Os fins são escolhidos pela nossa cultura, que nos proporciona, ao mesmo tempo, nosso próprio meio de escolher e de influir nessa escolha. Pensar de outra maneira seria supor que nossas ‘necessidades’ estão ali, nalgum ponto fora de nós mesmos e de nossa cultura, e que se a ideologia fosse embora, a razão as identificaria imediatamente.”

Assim, podemos concluir que o jornalista deve ter consciência⁸⁶ da sua profissão e por conseguinte das consequências do seu trabalho, não condicionando os factos e as mais variadas versões à sua própria consciência pessoal, como as fontes, o público, o Governo e o Estado.

Segundo Di Franco (1996, p. 33),

“A ética jornalística não é um dique, mas um canal de irrigação. A paixão pela verdade, o respeito à dignidade humana, a luta contra o sensacionalismo, a defesa dos valores éticos, enfim, representam uma atitude eminentemente afirmativa. A ética, ao contrário do que gostariam os defensores de um moralismo piegas, não é um freio às legítimas aspirações de crescimento das empresas informativas. Suas balizas, corretamente entendidas, são a mola propulsora das verdadeiras mudanças”.

Para Kucinski (*cit. in* Perez Leite, 2010, pp. 58-59) o jornalismo económico é conduzido pela ética do jornalismo em geral, que de uma forma generalizada, a ética da profissão não difere muito da ética e do respeito exigido moralmente nos nossos dias. Apesar de envolver muitas mais regras, existem algumas que, particularmente, merecem ser salientadas, como a “apuração incansável”, “isenção Ideológica”, “liberdade de acção frente às fontes de informação e à política editorial”, “não-promiscuidade do jornalista para com as fontes de informação”, respeito ao interesse público”, “afirmação da opinião própria em vez da autocensura”, “comprometimento com a democracia, dar voz a todos os lados da notícia de igual forma”, “honrar compromisso com a objectividade e com a verdade dos factos”, “proteger sempre que necessário a fonte de informação”, “não

⁸⁶ A própria consciência por vezes, apesar de todos os códigos e princípios explícitos, acaba por não conseguir identificar o ato que deve ou não deve tomar numa determinada circunstância. Karam (1997, p. 102) defende que se naturalmente a consciência soubesse sempre o que fazer “seriam desnecessários os artigos, parágrafos e incisos tentando convencer os profissionais de que informação não é mercadoria qualquer, que existe uma necessidade de sigilo de fontes, que é necessário respeitar a verdade acima de tudo, que não devem falsear informações, entre outros aqueles já referidos anteriormente.

favorecimento de indivíduos ou instituições”, “defender os direitos do cidadão”, e por último “corrigir sempre os erros cometidos, permitindo assim o direito de resposta”.

Na maior parte das vezes, os profissionais do jornalismo aprendem a ter um comportamento ético com o convívio com outros profissionais, com modelos das próprias redações. Muitos dos métodos que são utilizados pelos jornalistas ao longo das suas carreiras são eticamente duvidosos, sendo que certos padrões de verdade éticos não deveriam constar num livro sobre ética do jornalismo, como plágio, mentir para os leitores, inventar ou manipular.

3. Jornalismo Económico e os seus desafios

“O que é o jornalismo económico?”, é uma questão difícil de se responder, pelo simples facto de que não existe uma definição exclusiva. Como bem diz Traquina (*cit. in* Jacinto, 2016, p. 20), “é absurdo pensar que podemos responder à pergunta «o que é jornalismo» numa frase, quanto mais num livro”.

No entanto muitos escritores dão o seu parecer em relação a este tipo de jornalismo, numa tentativa de nos conseguirem elucidar do que se trata o jornalismo económico. Para Quintão (*cit. in* Perez Leite, 2010, p.49) “esse jornalismo é caracterizado pela difusão sistemática de fatos e temas relacionados com os problemas macroeconómicos ou da economia de mercado, cujas fontes são economistas, banqueiros, projetos, balanços e relatórios originários de segmentos privados ou de instituições estatais. Introduzem no discurso noticioso uma linguagem académica e tecnicista e um vocabulário recheado de estrangeirismos, neologismos, siglas e gráficos. Seu texto torna-se por isso hermético, razão pela qual deve ser veiculado por jornalistas especialmente treinados na área da economia. Sua edição é executada também por especialistas, que surgem no período com o nome de Editores de Economia, e em páginas próprias e nobres destinadas à veiculação exclusiva desse noticiário. Seu público leitor é limitado às próprias fontes de informação, localizando-se por isso entre as camadas mais privilegiadas da sociedade”.

Também Pamela Kluge (*cit. in* Martins, 2007, p. 41) tentou explicar o que é o jornalismo económico no “Guide to Economics and Business Journalism”, onde a autora deixa a descoberto os principais riscos desta especialidade profissional:

“O jornalismo sobre economia e negócios é arriscado. Todos os dias há possibilidade de cometer erros, mal entendidos e representações imperfeitas. A troca de um ponto decimal pode causar um desgosto de dimensões desconhecidas. E a diferença entre ‘sem crescimento’ e ‘crescimento zero’ pode desencadear um intenso debate nas colunas das cartas ao director do jornal”.

A autora (*cit. in* Martins, 2007, p. 41) assegura mesmo que o jornalismo económico é “talvez o tema mais intimidatório” da actividade jornalística, onde os artigos nunca são tao claros como o próprio jornalista apreciaria.

“O que é a economia?”, trata-se igualmente de outra pergunta igualmente impossível de se atribuir uma única resposta ou definição, pois como afirma João Neves⁸⁷ (2013, pp. 35-39) em *Introdução à Economia*, “ela não existe”. Este ressalta ainda, citando Alfred Marshall⁸⁸, um dos maiores especialistas na área, que a “Economia é o estudo da humanidade nos assuntos correntes da vida”, como uma “ciência humana”.

No cruzamento de vários pensamentos de autores podemos referenciar mais uma reflexão, a de Chris Welles (*cit. in* Martins, 2007, p. 42) ao qual designa a área da economia de “terra perdida”, elucidando-nos ainda que “atualmente tudo mudou”. Ou seja, o jornalismo económico e de negócios é considerado quase um sector glamoroso quase tão prestigiado quanto o escritório de Paris do correspondente em França e as secções de negócios incluem alguns dos mais conhecidos e talentosos editores e escritores da profissão”.

Esta ciência humana leva-nos a uma necessidade de conhecimento acerca do outro. Assim Sidnei Basile (*cit. in* Jacinto, 2016, p. 21) defende que “se vivemos juntos, em sociedade, é essencial que tenhamos acesso, cada um de nós, ao que acontece, ao que se passa. Desde o aparecimento de um buraco na rua por onde transitamos todo o dia, até

⁸⁷ Professor Catedrático e Presidente do Conselho Científico da Católica Lisbon School of Business & Economics. Para além de ser um autor de mais de 30 livros e de múltiplos artigos científicos, é também colaborador na imprensa, onde assina uma coluna *Não há almoços grátis*, no *Diário de Notícias*.

⁸⁸ Alfred Marshal é um economista inglês de referência entre o final do século XIX e o início do século XX. Escreveu o livro *Principles of Economis* em 1890.

às decisões dos líderes que escolhemos, até aos grandes sucessos que podem de alguma forma mudar as nossas vidas”.

E acrescenta que,

“Enquanto tais fenômenos externos, em geografias distantes, ocorrem em profusão, sentimos que nosso destino é impactado das mais diversas maneiras. Uma grande empresa de energia quebra nos Estados Unidos e, subitamente, os empregos de sua subsidiária no Brasil começam a minguar. Árabes se organizam, episodicamente, para fazer com que os preços do petróleo subam, cortando, assim, a produção e, pouco depois, você sente o peso dessa decisão quando vai encher o tanque de seu carro”.

Paul Samuelson⁸⁹ (*cit. in* Jacinto, pp. 20-21) outro grande economista, em *Economics* publicado em 1948, afirma que a “Economia é o estudo de como as sociedades usam recursos escassos para produzir bens valiosos e distribuí-los por diferentes grupos” e, Vítor Bento⁹⁰, em *Os Estados Nacionais e a Economia Global*, diz que “a economia estuda o comportamento do ser humano no que se refere às escolhas que visam a utilização dos recursos existentes, escassos por natureza face às suas múltiplas aplicações alternativas para satisfazer os desejos ou necessidades das pessoas”, visando-a portanto como uma “actividade que ocupa geralmente a maior parte da disposição mental das pessoas, influenciando o seu carácter através das reflexões a que dá lugar e das relações sociais que estabelece”.

A compreensão de todas as temáticas que englobam a economia tornou-se portanto, um saber indispensável na nossa rotina diária, de forma a permanecermos elucidados sobre a situação económica da nossa sociedade.

O jornalismo especializado, especialmente o jornalismo económico, deu um grande salto a partir de 1990, mas tratava-se de uma época em que pretendiam que existissem cada vez mais jornalistas generalistas, mais versáteis. Com o passar do tempo, o jornalismo económico tornou-se numa das áreas de saber mais importantes, acabando por deixar para trás a imagem de aborrecido, quer pelo público, quer pelas próprias empresas de comunicação. Devido às crises económicas que se fizeram sentir entre o século XX e o século XXI, houve uma grande necessidade de começar a agregar

⁸⁹ Paul Anthony Samuelson foi um economista americano da escola Nekeynesianista, considerado um economista generalista. As suas contribuições para a ciência económica são aplicadas em vários campos.

⁹⁰ Economista português.

jornalistas que possuíssem maiores conhecimentos para explicarem como se sucederam estas crises. Assim, cada vez mais os profissionais procuraram especializar-se e por conseguinte aumentou a procura destes.

Assim, devido a casos específicos dessas crises criou-se a necessidade de profissionais cada vez mais especializados na área, que levassem a cabo um trabalho mais clarificante e adequado. Suely Caldas (*cit. in* Jacinto, 2016, p. 22) uma jornalista brasileira especializada em economia, chega mesmo a dizer que “por conservadorismo, preconceito, má-fé ou mesmo pura preguiça, que se difundiu um mito segundo o qual as páginas de economia dos jornais só interessam e são entendidas por circunspectos empresários, técnicos do governo ou profissionais do mercado financeiro”.

Acrescenta ainda,

“O que para muitos pode parecer apenas um código cifrado, um emaranhado hermético de gráficos e números destinado apenas à leitura de iluminados especialistas, é de facto um guia de sobrevivência indispensável para a nossa vida quotidiana: é lá que estão as notícias sobre juros e inflação, tarifas públicas e aluguel, golpes e trambiques, sobre o preço da carne e do feijão, o emprego perdido e o salário reduzido”.

Contudo, a vida para estes profissionais especializados nem sempre foi fácil, muitas das vezes dentro das próprias redações. Entre as críticas estão a sua relação e proximidade com as fontes, a sua falta de imparcialidade.

O Jornalismo Económico assume assim um importante papel junto da sociedade, tendo como principal função ajudar na compreensão de temas específicos, que utilizam termos técnicos, sendo a maior parte deles do desconhecimento por parte das pessoas. O jornalismo económico, nas palavras de Hayes (*cit. in* Jacinto, 2016, p. 22) “alerta e informa as pessoas comuns sobre os assuntos de interesse pessoal, como perda de emprego ou oportunidades, aumento do custos dos medicamentos e a descida do preço das casas, sobre escassez de comida e os fatores que afetam rendimentos e salários”⁹¹.

Também Martins (2007, p. 67), uma jornalista e investigadora, analisou as origens do jornalismo económico em Portugal e, como já foi referido em cima, numa das suas

⁹¹ No texto original pode ler-se: “The business journalist is the professional who alerts and informs ordinary people about such personally interesting issues as job losses and opportunities, rising medical costs and declining housing prices, food shortages, and the factors affecting investment income and paychecks.”

obras “*30 Anos de Jornalismo Económico em Portugal*” a autora mostra-nos como este tipo de jornalismo começou a dar os primeiros passos no nosso país, nomeadamente com a entrada de Portugal na CEE, em 1986. Aqui presencia-se uma explosão de notícias direcionadas para a economia, tal como a autora refere, “a adesão de Portugal à Comunidade Europeia teve um efeito directo e consequente na alteração do panorama mediático, especificamente da imprensa especializada em economia em Portugal”.

Começaram a surgir então vários noticiosos económicos, como o *Confidencial Negócios*, o *Infobolsa* e *Euroexpansão*. Em 1987, surge o *Semanário Económico*; em 1988 surge *Fortuna & Negócios*; 1989 surge a *Exame*, o *Diário Económico* e a *Europress*. Nos anos seguintes surgem novos títulos, como *Valor*, *Expansão*, *Fortuna*, *Exame Executive Digest*, versão semanal de *Jornal de Negócios*, *Economia Pura* e *Você SA*.

Devido à globalização da economia, das finanças e dos negócios, tornou-se clara uma relação de dependência do sector financeiro com os órgãos de comunicação, isto também, porque tanto as instituições financeiras como os bancos não conseguem cobrir toda a informação referente ao mundo económico. Este tipo de jornalismo aborda uma série de contingentes e assuntos que interessam à maioria de um público, como empresários, economistas e pessoas comuns. Assim se impulsiona o jornalismo económico e por conseguinte o papel do jornalista neste meio.

Todos os profissionais especializados desempenham uma importante função repleta de responsabilidade, devendo preocuparem-se em informar corretamente todo o público, averiguando toda a veracidade dos factos. Os jornalistas têm a responsabilidade de antes de tudo saber o motivo e averiguar o contexto antes de qualquer publicação. Na concepção de Hayes (*cit. in* Jacinto, 2016, pp. 24-25) neste tipo de jornalismo os jornalistas têm obrigatoriamente que “perguntar «Porquê?». Têm que aprofundar os factos. Eles têm de ser precisos em tudo o que podem, porque o jornalismo económico faz revelações importantes que afetam toda a gente. E precisam de analisá-las de forma inteligente e contextualizá-las de modo útil”.⁹² Concepção esta refutada por Basile em o profissional tem que saber prender o público através de “um olhar criativo sobre a

⁹² No texto original pode ler-se: “In business journalism, reporters need to ask «Why? ». They need to dig out the facts. They need to report accurately on everything they can, because business and economic journalism reveals importante things that affect everybody. And they need to analyse it intelligently and contextualize it.” Em *Business journalism: How to Report on Business and Economics*.

realidade, uma curiosidade quase infantil”, alertando para o problema de como se produzem notícias de economia, e admite que este tipo de trabalho deveria estabelecer-se em “rituais da profissão”.

Todos os leitores de jornais económicos precisam de entender com bastante clareza todas as informações publicadas pelo jornalista, de forma a perceberem o que se passa no seu dia-a-dia. Por muitas vezes esta linguagem ser uma linguagem mais técnica, de um mais difícil acesso, muitos profissionais recorrem aos gráficos e infográficos para que o público consiga ter uma melhor percepção do que foi publicado.

Porém, a questão da linguagem foi sempre um problema a considerar. Bernardo Kucinski (2000, p. 14), um investigador e ex-jornalista, considera que “a maioria dos leitores e telespectadores, mesmo os estudantes universitários, não consegue decodificar o noticiário económico. Para o grande público, a economia adquiriu, ao mesmo tempo, significados elementares, ligados ao seu dia-a-dia, e outros abstractos, de difícil compreensão. O desafio de traduzir processos económicos complexos em linguagem acessível não foi vencido, seja porque os processos económicos se definem num outro plano de saber que não o do saber convencional, seja devido à sua instrumentalização ideológica crescente”.

Cada vez mais os profissionais desta área pretendem obter ainda mais conhecimento sobre a informação económica de forma a conseguirem responder aos requisitos do público que se interessa por esta temática e também devido ao quadro económico, fazendo com que este tipo de jornalismo ganhe cada vez mais destaque entre os profissionais. Os especializados em economia acabam por ter mais conhecimento dos assuntos ligados aos negócios, uma maior relação e um maior acesso com as fontes de informação, distanciando-se assim dos jornalistas generalistas.

A informação trata-se de um bem fundamental à comunicação, sendo difícil de medir o seu valor monetário, e segundo José Camponez “ as especialidades relacionadas com a natureza da informação tornam problemático o seu tratamento enquanto valor

económico. Em primeiro lugar, porque existe uma forte imbricação entre informação e comunicação” (2009, p. 330).⁹³

Muitas vezes se coloca a questão do que diferencia o jornalismo económico do jornalismo generalista. No entanto, um especialista em economia, Bernardo Kucinski (2000, p. 21) dá-nos uma noção das diferenças entre estes dois tipos de jornalismo na sua obra *Jornalismo Económico*.

“No jornalismo genérico, o objecto da informação jornalística é quase sempre uma anomalia, algo excepcional, e não a norma. As notícias informam sobre eventos singulares, descontinuados e não modelos e processos. O jornalismo genérico também procura personificar, ao invés de despersonalizar. Mas economia é muito mais um processo do que uma sucessão de factos singulares. Por isso, no jornalismo económico, processos e sistemas são igualmente objectos de interesse, sendo singularizados pela linguagem jornalística, que os noticia como se fossem episódios (exemplo: “PIB cresceu a taxa recorde”). Por outro lado, no jornalismo económico, episódios e factos singulares precisam se interpretados à luz de processos, leis ou relações económicas, às vezes conflituantes”.

Tanto um como outro definem-se pelo mesmo código deontológico de ética, ambos se regem pelas mesmas regras de como produzir uma notícia, com rigor e objetividade. No entanto, uma das diferenças que se destacam é que o jornalismo económico ocupa-se de temas peculiares, ao contrário do jornalismo generalista, que segundo o autor existe um cuidado em personificar os acontecimentos. Contudo, toda a informação económica está inserida no jornalismo generalista desde os seus inícios, o que se começou a inserir foram apenas temáticas que apenas tratam de assuntos económicos, sempre com uma dada limitação.

Podemos concluir que o jornalismo geral se revela a base de toda a atividade do jornalismo, mesmo com uma divisão do seu conteúdo com base em várias áreas temáticas. Este tipo de jornalismo pode ser encontrado em vários jornais de maior destaque, em jornais regionais e em revistas de informação.

⁹³ Citação retirada da Dissertação de Doutoramento em Letras, na área científica de Ciências da Comunicação de seu nome “*Fundamentos de Deontologia do Jornalismo – A auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007)*”, de José Carlos Costa dos Santos Camponez, um professor auxiliar na Universidade de Coimbra.

3.1. As fontes de informação

“...o jornalismo em Portugal vive muito mais da divulgação de declarações e de opiniões do que da procura de factos novos ou da correlação entre factos entre factos já conhecidos. O jornalismo português, o dito jornalismo de investigação não estará a viver actualmente uma fase propriamente gloriosa. Vivemos bastante mais de um jornalismo que depende das fontes, não para a obtenção de informação, mas, mais prosaicamente, para a obtenção das declarações e das opiniões. O jornalismo está assim muito mais dependente das fontes interessadas na divulgação das suas opiniões.” (Jornalista Jorge Wemans, em *Acesso às fontes de Informação*. Colóquio, Abril 1998)

Normalmente, os meios de comunicação descrevem-se como um reflexo da sociedade, onde o profissional verifica a exatidão do que é narrado e procura garantir a descrição do mundo exatamente como ela é, reproduzindo a realidade. Desta forma, as notícias participam na construção dessa mesma realidade. Para Rogério Santos (2003, p. 14) toda a composição destas narrativas depende, de “processos organizacionais e da interação humana, moldam-se nos métodos usados pelos jornalistas na recolha de notícias, fontes que contactam, exigências organizacionais, recursos e políticas das organizações em que trabalham, géneros noticiosos e suas convenções”.

Podemos então afirmar que por fonte entende-se uma entidade que possui informações que sejam suscetíveis de gerar uma notícia, sendo que o produto final de uma notícia é considerado também dependente das fontes de informação que o jornalista faz referência. Para Manuel Pinto (2000, p. 282), ao longo dos anos, devido ao desenvolvimento e profissionalização as fontes começaram a atuar de forma estratégica e definida de forma a “marcar a agenda dos media, jogar o seu jogo, tirar partido da sua lógica de funcionamento e, por esta via, atingir os objetivos que são, em primeiro lugar, os dos interesses que servem”.

É neste sentido que, ao decretarem os seus interesses e apenas apresentando o que querem que seja público e o que querem esconder, as fontes de informação passam a atuar de forma ativa nos procedimentos de recolha e seleção de informação para a criação de uma notícia. Para Leon Sigal (*cit. in* Schudson, 2003, p. 134), “notícia não é o que aconteceu, mas sim o que alguém diz que aconteceu ou vai acontecer”⁹⁴. Ou seja, as notícias não são algo que os jornalistas pensam, mas sim o que as fontes nos dizem, todas elas intercedidas pelas empresas de comunicação e normas jornalísticas.

O autor (2003, p. 134) acrescenta ainda, apoiando no pensamento de Bernard Barelson, que para compreendermos as notícias temos que primeiro “entender quem são os que atuam como fontes e como os jornalistas lidam com eles”⁹⁵.

Nesta linha de pensamento, também Hall et al (*cit. in* Santos, 2003, p. 42) assegura que a fonte de informação decide a “origem e o enquadramento da notícia”, baseando-se somente nos aspectos que lhe interessa serem públicos, e o jornalista assume o “papel secundário de recolher e publicar a informação e o sentido a ela dado”.

Segundo a percepção de Santos (2003, pp. 18-19), a notícia é algo que “depende da fonte, que, por sua vez, dependa da forma como o jornalista a procura. Por isso, para além da percepção do relacionamento entre as duas partes na construção da notícia, da interdependência, a questão de *quem* aparece numa estória assume grande importância para o autor.” Esta dependência das fontes de informação é também mencionada no pensamento de Molotch e Lester (*cit. in* Coelho, 2015, p. 109), quando estes fazem uma alusão ao facto de os profissionais executarem notícias com a chegada de acontecimentos por parte do público. Acabam assim, por reforçar que “o processo jornalístico cria as condições para que este acesso, definido em termos de estatuto e de poder social, permaneça imutável, porque entre jornalistas e fontes criam-se «canais de rotina» que geram relações de «interdependência»”.

Mas por outro lado, temos Santos (1997, p. 31) que salienta que por muitas vezes os próprios jornalistas provocam o aparecimento dos acontecimentos, ou seja, “tomam a iniciativa de provocar os chamados primeiros definidores e os obrigar a responder –

⁹⁴ Tradução livre de “News (...) is not what happens, but what someone says has happened or will happen”.

⁹⁵ Tradução livre de “To understand news we have to understand who the someones are who act as sources, and how journalists deal with them”.

como, por exemplo, quando o jornalismo de investigação se ocupa de escândalos no interior do aparelho do Estado”.

Para o investigador Herbert Gans⁹⁶ (*cit. in Santos, 2003, p. 24*) “a fonte de informação é alguém que o jornalista observa ou entrevista e a quem fornece informações enquanto membro ou representante de um ou mais grupos (organizados ou não), de utilidade pública ou de outros sectores da sociedade”. O Sociologista classifica as fontes como *institucionais* e *oficiosas* ou *estáveis* e *provisórias*, diferencia como fontes *conhecidas* as elites política, económica, social e cultural, ou seja, presidentes, candidatos presidenciais, membros do governo e do parlamento, e como fontes *desconhecidas*, as pessoas comuns.

No entanto, convém saber que as fontes se dividem em *fontes internas*, *fontes externas*, *fontes oficiais*, *fontes não oficiais*⁹⁷. Por *fontes internas* entende-se os próprios jornalistas, pois através do trabalho direto de investigação acabam por eles próprios se transformarem em fontes. O próprio centro de documentação do jornal acaba por ser também uma fonte de informação. As *fontes externas* entendem-se as restantes empresas e órgãos de informação e comunicação, pois tanto um como outro são extremamente importantes para as redações, constituindo-se como fontes de informação. As *fontes oficiais* retratam-se pelos Ministérios, pela Assembleia da República, pelas juntas de freguesia, forças policiais e câmaras municipais, sendo locais propícios ao aparecimento de noticiosas. Estas estão encarregues de contactar continuamente os jornalistas. Por último, as *fontes não oficiais* entendem-se pelas empresas, clubes desportivos, associações, sindicatos, entre outras. Todas as fontes enunciadas são cruciais para o desenvolvimento de qualquer publicação, sendo uma boa fonte habilitada para responder de forma adequada e sabida ao que é questionado pelo profissional.

Porém, existe uma espécie de “relação negociada” (Pinto, 2000, p. 284) entre os jornalistas e a fontes, havendo um claro interesse de ambas as partes, como uma forma de “casamento de conveniência”. Também Santos (2003, pp. 24-25) faz menção a esta relação promovida entre jornalista e fonte, quando nos diz que “a relação entre jornalista e fonte define-se como uma luta. Enquanto as fontes se esforçam em divulgar a

⁹⁶ Herbert J. Gans, um dos mais influenciáveis e prolíficos sociologistas da sua geração. Estudou o comportamento dos jornalistas as salas de redação de vários media noticiosos, nomeadamente as cadeias de televisão CBS e NBC e as revistas *Time* e *Newsweek*.

informação, os jornalistas acedem às fontes a fim de lhes extorquir informações de interesse e que as fontes, eventualmente, escondem. Cada parte gere a outra, o que indica uma relação de negociabilidade na construção da notícia. Esta negociabilidade⁹⁸ depende de incentivos, do poder da fonte de informação, da proximidade social e geográfica face aos jornalistas e do fornecimento de informações credíveis”.

Também Gans (*cit. in* Gonçalves, 2012, pp. 18-19) aborda esta relação como “uma luta constante, com as fontes a tudo fazerem para divulgarem a sua informação e os jornalistas a procurarem aceder às fontes para extorquirem informações que as fontes, por vezes, ocultam. Se à fonte interessa mostrar aspectos positivos da sua organização, como os seus pontos forte e frágeis”.

Esta negociação resume-se portanto a todo um conjunto de interesses de ambas as partes, o jornalista necessita efetivamente de uma relação com as fontes, sendo de sua maior importância retratar notícias que sejam do interesse do público, enquanto as fontes, como principais meios de fazerem chegar acontecimentos às redações, propõem notícias que sejam do interesse dessas mesmas redações.

Mesmo Schlesinger (*cit. in* Gonçalves, 2012, p. 19) defende que esta prática jornalística acaba por “privilegiar os interesses de fontes que possuem autoridade e peso”, particularmente aqueles que estão introduzidas no interior do aparelho governamental. Para este investigador, todo o envolvimento entre o jornalista e a fonte compreende-se como uma forma de troca, acabando por ultrapassar a verdadeira relação entre o jornalista e a sua fonte de informação. Desta forma, segundo Schlesinger e Tumber, esta troca ocorre entre dois grupos, “profissões e tipos de organizações”.

Também o jornalista Jorge Wemans afirma que é impossível o jornalismo português escapar às negociações que se travam entre os jornalistas e as fontes. “Quero apenas alertar para o tipo de negociação que é inevitável entre os jornalistas e as fontes. Sendo inevitável, ela pressupõe cedências e aproximação de interesses, o que nem sempre

⁹⁸É importante de salientar as palavras de João Carreira Born (1998, pp. 122-123) em relação a esta relação negociada entre jornalista e fonte, ao qual nos diz que “quanto maior for a vulnerabilidade e a preguiça dos jornalistas, mais perigosas podem ser as fontes organizadas e, entre elas, as agências (...) As agências de comunicação valem pela qualidade do que transmitem aos jornalistas. Sabem que existe apenas uma forma eficaz de os «comprar»: com notícias dignas do nome. Os jornalistas, por sua vez, sabem como se livrar das fontes (e das agências) que só os chateiam: não publicando nada do que elas lhes enviam. Assim, é estranho que alguns se incomodem tanto com o alegado poder das agências e tão pouco, por exemplo, com certas limitações, impostas aos jornalistas por quem os contrata”.

é favorável ao livre acesso à informação detida pela fonte com que se negocia.” (1998, Colóquio: *Acesso às Fontes de Informação*)

Contudo, esta estreita relação entre os profissionais e as fontes de informação não são vistas com bons olhos, chegando mesmo a ser criticada, especialmente quando se referem aos jornalistas especializados. Vários autores fizeram-se afirmar a partir de uma teoria chamada *Teoria da Conspiração*⁹⁹, garantindo que “as mensagens são manipuladas pelos meios noticiosos, conforme os interesses próprios da classe dominante”. (Santos, 2003, p. 32)

E o autor acrescenta ainda que,

“Em suma, para a teoria da conspiração, os meios noticiosos vêem-se de forma instrumental e determinista, servem meros interesses políticos e o jornalista transforma-se em simples executante de fontes poderosas”.

Relativamente à proximidade das fontes para com os jornalistas especializados, nomeadamente de economia, por norma como frequentam os mesmos espaços e relacionam-se com as mesmas empresas e agências, é um facto que, segundo Bezunartea (*cit. in* Pinto, 2000, pp. 284-285) pode resultar no “risco de interiorizar excessivamente a lógica das fontes e mesmo de se sentirem identificados com elas, a ponto de perderem de vista o destinatário primeiro da informação que produzem: o público”.

Por isso, podemos dizer que estes jornalistas de economia se encontram numa relação de dependência para com as suas fontes, de forma a poder condicionar o trabalho de produção das notícias. Todas as fontes de informação determinam o seu ponto de vista, podendo ser motivadas pelos mais variados motivos, motivos políticos, benefícios, profissionais, ou de auto-promoção. Desta forma, o jornalista deverá saber avaliar o real valor de todas as informações, não se limitando apenas a uma fonte, deverá sim ouvir o maior número de fontes envolvidas. A informação transforma-se em um produto partilhado pelas mais variadas fontes, pelo transmissor e pelo receptor. Que se deve confirmar mais do que uma fonte e de preferência habilitadas, para que a informação se torne mais credível.

⁹⁹ Para abordar a “Teoria da Conspiração”, Rogério Santos recorreu às obras de Herman e Chomsky, 1994; Broadbent, 1994; Eldridge, 1994; Lacey e Longman, 1997 e McChesney, 1997. Nesta teoria não se estudam os valores jornalísticos e a organização noticiosa, mas sim o impacto dos interesses económicos e políticos.

Apesar de tudo, apesar de todas as críticas, Bezunartea (*cit. in* Pinto, 2000, pp. 285-286) considera as fontes como “património” dos jornalistas e não dos órgãos de comunicação para a qual trabalham. Por conseguinte, também Pinto remata dizendo que “os jornalistas não são meros intermediários ou observadores”, sendo os próprios a selecionar, enquadrar e contextualizar as informações obtidas.

A presença de várias pressões e coações torna-se bastante notória, como pressões por parte das empresas donas dos órgãos de comunicação, pressões por parte da relação dos jornalistas com as empresas e pressões sobre os próprios jornalistas. É neste sentido que na perspetiva de Pinto (2000, p. 288), a precisão do jornalismo faz-se inserido “num jogo de interações e de poderes”, não sendo considerado “uma conquista, mas resultado de uma luta permanente, que se perde ou que se ganha”.

Porém, cabe a cada jornalista rejeitar ou não estas pressões, regendo-se pelas regras do Código Deontológico dos Jornalistas, tais como: “os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso”; “o jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar”; “o jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes. O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, exceto se o tentarem usar para canalizar informações falsas. As opiniões devem ser sempre atribuídas”; sempre que a fonte se recusar a ser identificada, o jornalista pode ainda publicar tais informações desde que sustentadas por documentos oficiais; devem respeitar o *off the record*¹⁰⁰, onde a fonte não pode ser identificada e as suas informações não podem ser publicadas, é necessário ter em atenção as rotinas e as relações que mantém com as fontes; e ainda, todas as fontes devem ser respeitadas e tratadas amistosamente, mantendo sempre uma relação profissional.

“Não se pode nem deve, pois, duvidar da razoabilidade das mais elementares regras jornalísticas sobre esta matéria, mas seríamos de uma hipocrisia certamente

¹⁰⁰ É importante definir que o *off the record* descreve uma situação em que o jornalista, devidamente identificado, recebe de alguma forma uma indicação clara, explícita ou implícita, de que não deve divulgar as informações que lhe são prestadas. Esta a análise distingue três elementos: a fonte, a informação e o jornalista. Trata-se de um princípio deontológico bastante consensual e que, tal como outros princípios do mesmo tipo, geralmente só é questionado quando infringido. As infrações mostram todavia que o consenso sobre esse princípio é tão frágil quanto a situação de *off the record* é complexa. Uma reflexão ética sobre o princípio em causa exige uma análise rigorosa, mesmo que breve, desta situação.

indesejável se considerássemos que a imprensa diária e “o jornalismo de competição” a que assistimos diariamente nos jornais, nas rádios e nos diversos canais de televisão observasse todas as “regras de segurança” quanto à bondade e à credibilidade das fontes de informação.” (Jornalista Vítor Serpa, em Colóquio: *Acesso às Fontes de Informação*)

Podemos então concluir que a relação do jornalista com a fonte tem de ser uma relação profissional, ambas as partes não se podem esquecer qual a sua função e papel que desempenham. Como diz Maria Flor Pedroso, essa relação passa por três substantivos: a confiança, a credibilidade e a reciprocidade. São três requisitos que considero essenciais às duas partes, ao jornalista e à fonte.” (1998, em Colóquio: *Acesso às Fontes de Informação*)

Esta relação trata-se de um processo de construção demorado, com avanços e recuos, onde de facto existe e é evidente uma troca de favores entre ambos. É notória uma relação de interdependência, ao jornalista interessa-lhe obter as informações para o público e à fonte cabe-lhe divulgar uma informação, onde por regra geral é o jornalista que procura primeiro a fonte. Tal situação também se sucede ao contrário, reforçando a ideia que ambos necessitam um do outro para a obtenção daquilo que pretendem.

Capítulo IV

O perfil editorial do *Jornal de Negócios*

1. Enquadramento do Jornal

Como o próprio nome indica, este jornal trata-se de um jornal de economia e finanças. Este diário teve o seu início em 1997 pelas mãos de José Diogo Madeira, Tiago Cortez, Salvador Cunha e ainda por Pedro Santos Guerreiro, em parceria com a «holding» MediaFin SGPS, futuramente vendida ao Grupo Cofina. Como já referido num capítulo anterior deste trabalho, o grupo Cofina fundou-se a 1995, liderado por Paulo Fernandes, possuindo quatro jornais como o *Jornal de Negócios*, o *Correio da Manhã*, o *Record* e o *Destak*, e possui seis revistas como a *Sábado*, *Tv Guia*, a *Flash*, *Vidas*, *Máxima*, *Vogue*.

Tal como considerado dos principais fundadores, Diogo Madeira foi também o primeiro diretor do Jornal, ocupando este cargo de Novembro de 1997 a Março de 2000. A partir de então, Rui Borges tomou as rédeas Setembro de 2001, voltando rapidamente à antiga direção por parte de Madeira até Outubro de 2002. A direção do jornal de Negócios passou igualmente pelas mãos de Sérgio Figueiredo, Pedro Santos Guerreiro, inclusive de Helena Garrido que abarcou este cargo no ano de 2013. Atualmente a direção pertence a Raul Vaz, no comando desde 2016.

O *Jornal de Negócios* inicialmente apresentou-se em uma plataforma online, denominada de Canal de Negócios, criada a 23 de Novembro de 1997, inclusive foi líder de audiências visto que se tratava da primeira publicação online em Portugal, posteriormente passando a uma publicação impressa. Porém, esta novidade ganhou um maior destaque entre as empresas e entre públicos interessados em assuntos económicos, ou seja, dentro de uma comunidade de investidores, pois ao contrário do que se sucedeu aqui, entre as comunidades comuns o mesmo não aconteceu. É a 8 de Janeiro de 1998 que se assiste, ansiosamente, à primeira edição impressa do Jornal de Negócios.

Esta edição primeiramente nasce como um semanário, com publicações em cada quinta-feira, sendo que futuramente a 8 de Maio de 2003 torna-se em uma publicação diária.

2. Metodologia do estudo de caso

Neste capítulo irá realizar-se uma análise do conteúdo do *Jornal de Negócios*, de uma forma quantitativa, cujo objetivo é mostrar de que forma o perfil do jornal está organizado. Os temas económicos são cada vez mais procurados pelo público, as pessoas estão cada vez mais aptas a entenderem o tipo de linguagem utilizada neste tipo de jornalismo e, encontram-se cada vez mais interessadas em perceber o que se passa na sociedade e no país. Neste sentido, é crucial a existência e a cada vez mais criação de vertentes económicas de forma a satisfazer esta demanda por parte das pessoas.

Para este estudo foram coletados dados dos jornais publicados entre 6 e 17 de Março de 2017. Realce-se que o *Jornal de Negócios* é publicado somente entre segunda e sexta-feira, inclusive que o que corresponde à sexta-feira estende-se até domingo, tratando-se de uma versão fim-de-semana. Este jornal é composto de 31 páginas incorporadas com entrevistas, reportagens, crónicas económicas, colunas semanais, textos de análise e de opinião, publicidades, e note-se que a o jornal de segunda a quinta-feira vem acompanhado de um suplemento *Negócios*, enquanto o de sexta-feira vem acompanhado de uma particularidade única, um suplemento de fim-de-semana *Weekend Negócios*.

Neste estudo procurou-se então entender de que maneira o *Jornal de Negócios* está organizado, utilizando assim uma metodologia de natureza quantitativa, inicialmente, para que se observe que tipo de publicações se verificam mais e como se articula o discurso económico no meio jornalístico. Procurou-se igualmente entender de que forma os temas de divulgação económica são abordados, se estes são capazes de promover uma cultura económica nos telespetador e, inclusive, que tipo de público procura atingir. Este método quantitativo serve então “para analisar o conteúdo de jornais (por exemplo, a

percentagem de notícias de política, desporto, etc., na informação total), pode aplicar-se, no geral, a todas as áreas da comunicação (Sousa, 2006, p. 344).

Nesta primeira fase, foi feita uma contabilização da quantidade de matérias de teor económico e financeiro exibidas no jornal, maioritariamente, na qual foi necessário uma desconstrução do jornal no sentido de contabilizar todos as matérias publicadas. Estes assuntos que irão ser determinados podem classificar-se em sete áreas, são elas:

- *Itens Jornalísticos vs Anúncios publicitários*: nesta categoria sucede-se a contagem de todos os Géneros Jornalísticos explícitos posteriormente juntamente com a contabilização de todos os Anúncios Publicitários existentes.

- *Géneros Jornalísticos*: nesta abordagem a pesquisa remete-se para o número e descrição de notícias, entrevistas, reportagens, textos de análise ou de opinião, assim como de Cartoons.

- *Fontes Jornalísticas*: em todo o estudo surgem fontes de informação e o objetivo neste estudo de caso é evidenciar que tipo de fontes o *Jornal de Negócios* engloba, como partidos políticos e dirigentes partidários, empresários, especialistas em economia e finanças, empresas, pessoas comuns, agências de notícias, organizações não-governamentais, instituições e organizações do Estado.

- *Temáticas*: trata-se da categoria em que se vai poder observar todo o tipo de temáticas presentes neste estudo de caso, exemplos de temas relacionados com economia e finanças do país, de empresas e negócios, de perfis de empreendedores, de marketing, media e publicidade, política, de Indústria e ainda de Turismo.

- *Géneros Fotográficos*: Géneros que englobem retratos, fotografias de acontecimentos, infraestruturas, paisagens urbanas, paisagens rurais, meios de transporte, *features* e *fait-divers*.

- *Temas Fotográficos*: Cada imagem conta uma história e cada imagem é correspondente a um texto. O importante aqui é definir quais os temas que retratam maioritariamente as imagens, como especialistas em economia, empresários, políticos, pessoas comuns, celebrações e até mesmo Economia/Mercados.

- *Infografia*: visto tratar-se de um jornal económico é evidente a presença de gráficos neste tipo de jornal, sejam gráficos lineares, circulares ou similares, assim como reconstrução de acontecimentos.

Este estudo vai concentrar-se na questão discursiva e análise de todos os dados coletados até então, das categorias acima mencionadas, e como suporte teórico foi utilizado o método de Wimmer e Dominick (1996 *cit. in* Sousa, 2006, pp. 345-351). Este método passa pelos seguintes passos:

- *Formulação das Hipóteses de Análise*, com a finalidade de abranger o objeto concreto da análise de conteúdo.

- *Definição do Universo de Análise*, imposição dos limites dos limites espaciais e temporais ao *corpus* do trabalho.

- *Seleção da Amostra*, ou seja, pretende-se a seleção do produto que se quer trabalhar, como uma amostra representativa no meio de tantas possibilidades, selecionando exclusivamente um determinado tempo. Aqui engloba-se também a fase de amostragem de fontes

- *Seleção da Unidade de Análise*, fase em que se contabilizam os dados, como uma peça jornalística, o editorial, a palavra, o tema, a imagem, a fotografia, delimitando e definindo as unidades de análise.

- *Definição das Categorias de Análise*, esta fase é considerada uma das mais determinantes da análise quantitativa, denominada da fase mais detalhada e exaustiva.

- *Estabelecimento de um Sistema de Quantificação*, ou seja, a contagem da frequência com que as unidades aparecem dentro de uma determinada categoria.

- *Categorização ou Codificação do Conteúdo*, que corresponde ao momento de classificação de uma unidade de análise inserida numa categoria de análise.

- *Análise de Dados* é a fase em que devem ser utilizadas condutas estatísticas para analisar os dados, como a utilização de cálculos de percentagens e médias.

- Por último, a *Interpretação de Resultados*, em que se observa toda uma fase conclusiva de tudo que foi coletado e analisado anteriormente, utilizando-se plataformas de comparação.

No entanto, em qualquer tipo de investigação de teor científico é fundamental definir critérios de forma a avaliar a sua credibilidade. Esses critérios passam por uma validade externa, pela sua fiabilidade no processo de recolha e análise de dados e, ainda, uma validade interna. No que diz respeito à credibilidade deste estudo, esta análise baseia-se apenas em duas semanas contínuas (de 6 a 17 de Março de 2017), o que pode influenciar de certa forma a sua validade externa, ou seja, esta análise foi apenas concentrada em duas semanas e não aleatoriamente de forma a poder constatar maiores diferenças entre os resultados.

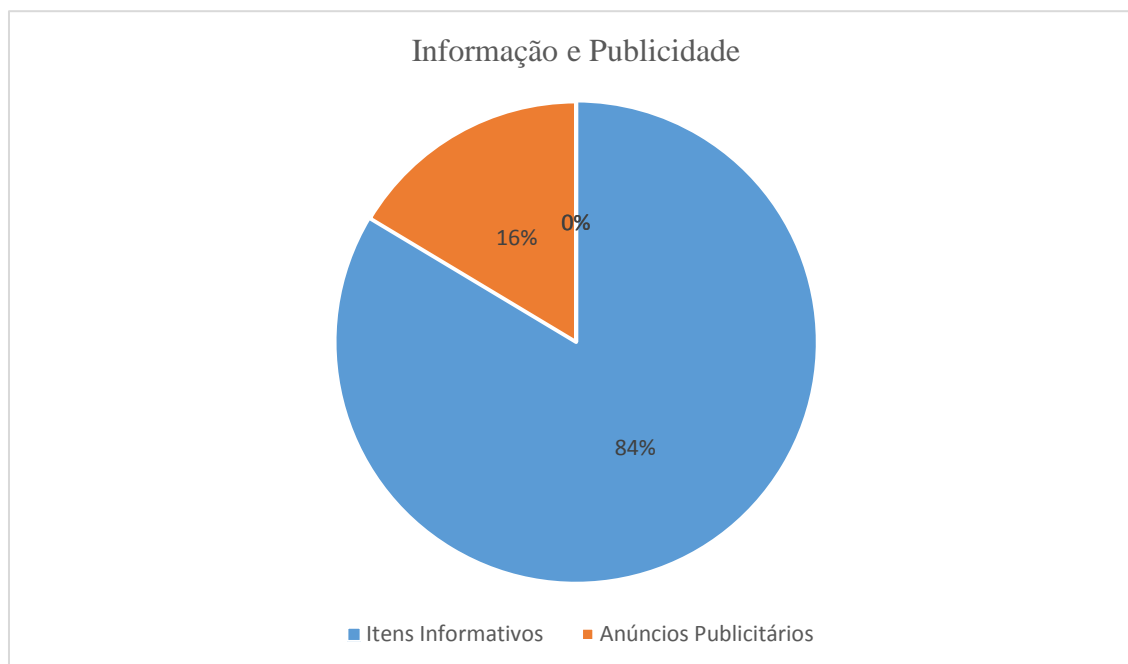
3. Apresentação e discussão dos dados. Análise Quantitativa.

Esta análise de estudo apresenta como principal finalidade traçar o perfil do *Jornal de Negócios* à luz do que diz o jornalismo económico em Portugal. É isso que se vai observar de seguida, as várias fases da análise de estudo e as categorias que as englobam.

Tabela 1. Contabilização dos Itens Informativos e dos Anúncios Publicitários

Informação VS Publicidade	Nº	%	Média por Jornal
Itens Informativos	439	83,6	43,9
Anúncios Publicitários	86	16,4	8,6
Total	525	100	-

Gráfico 1. Distribuição dos Itens Informativos e dos Anúncios Publicitários

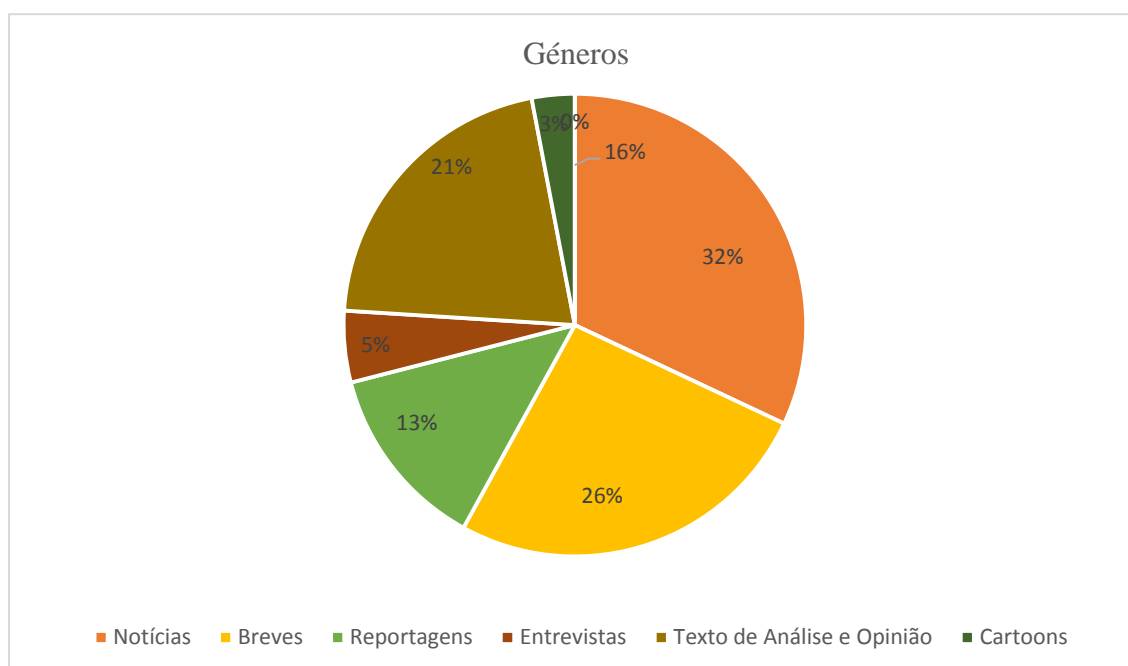


Podemos contatar através desta análise que o número de Anúncios Publicitários (cf. anexo 8) é bastante inferior em relação ao número dos restantes Géneros Jornalísticos, verificando-se uma diferença de 84% para 16%. Apesar de este número ser reduzido, é de certa forma compensado pelo seu espaço, apareçam eles em uma página inteira ou em pequenos espaços ao longo do jornal. Os Anúncios Publicitários aparecem numa média de 7 por jornal.

Tabela 2. Contabilização das vertentes inseridas nos Géneros Jornalísticos.

Géneros Jornalísticos	Nº na totalidade	%	Média por Jornal
Notícias	142	32	14,2
Breves	112	26	11,2
Reportagens	55	13	6
Entrevistas	22	5	2,2
Texto de Análise e Opinião	94	21	9,4
Cartoons	14	3	1,4
Total	439	100	-

Gráfico 2. Distribuição das vertentes dos Géneros Jornalísticos.



Dentro da análise dos *Géneros Jornalísticos*, no período concebido das duas semanas, reparamos que se destaca maioritariamente o número de notícias (cf. anexo 1) e de breves (cf. anexo 2) publicadas, o número de notícias varia numa média de 14,2 publicações por jornal nesta categoria, com a maior percentagem visível de 32% e o número de breves varia numa média de 11,2 breves por jornal, correspondente à segunda maior percentagem, de 26%. Relativamente às notícias, os jornais relativos às datas 13 e 16 de Março foram os que registaram menor número de publicações noticiosas, enquanto na categoria das breves os jornais relativos às datas 6, 14 e 15 de Março evidenciaram-se igualmente pelo menor número.

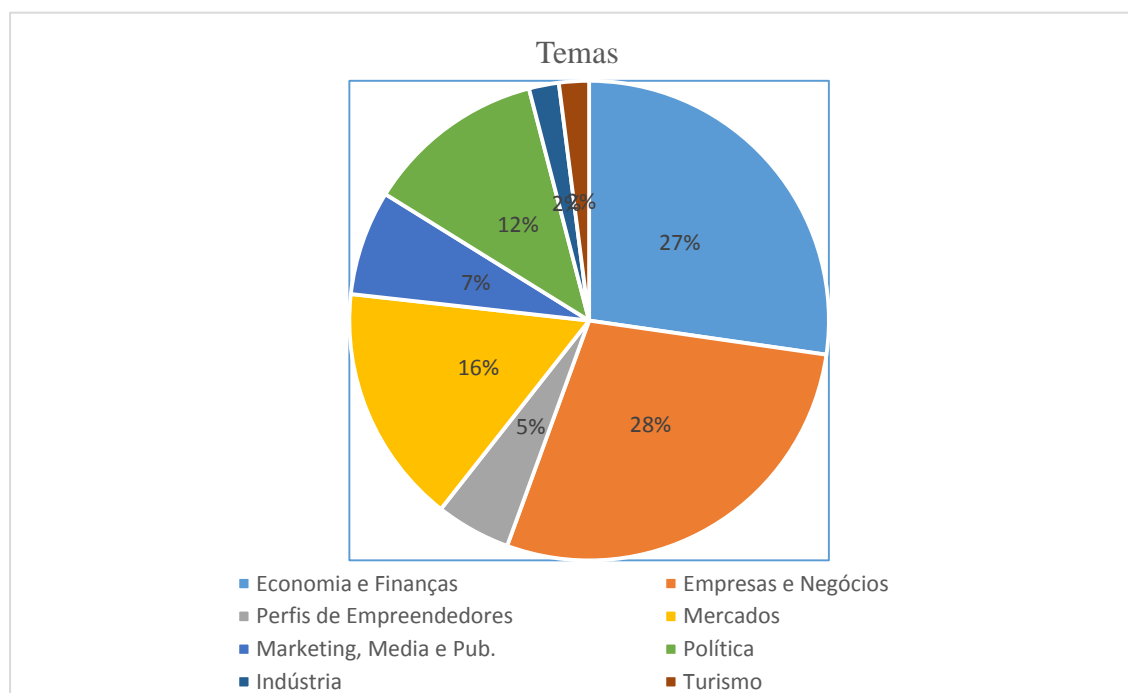
O número dos Textos de Análise e os de Opinião (cf. anexos 7 e 9) foram os que apresentaram um número parecido em todos eles, com uma representação de 9,4 análises e opiniões por jornal, sendo que cada um destes jornais apresenta-se com um texto de análise logo na página 3, uma característica comum nesta categoria entre todos eles. Relativamente ao Textos de Opinião existe uma categoria própria para este tipo de publicações, situada nas últimas páginas do jornal, normalmente opinada por jornalistas, professores, advogados ou juristas. As edições de 14, 15 e 16 de Março a apresentarem o menor número. O número de Reportagens (cf. anexo 3) por jornal encontra-se entre 6 reportagens por jornal, sendo que a maioria delas se estende por quatro páginas,

representado o título de destaque se aparece na capa. Os jornais em que o número dentro desta categoria é menor são os das datas de 9, 13 e 14 de Março, cada um com 4 reportagens. Para finalizar, as categorias que menos apareceram nestes 10 jornais foram as Entrevistas (cf. anexos 4 e 5), que variavam numa média de 2,2 por jornal, e o número de Cartoons (cf. anexo 6) que chegavam a aparecer 1 por cada edição.

Tabela 3. Contabilização das Temáticas.

Temáticas	Nº na totalidade	%	Média por Jornal
Economia e finanças	47	27	5
Empresas e negócios	49	28	10
Perfis de empreendedores	9	5	1
Mercados	28	16	3
Marketing, Media e Publicidade	13	7	1,3
Política	21	12	2
Indústria	4	2	0,4
Turismo	3	2	0,3
Total	174	100	-

Gráfico 3. Distribuição das Temáticas.

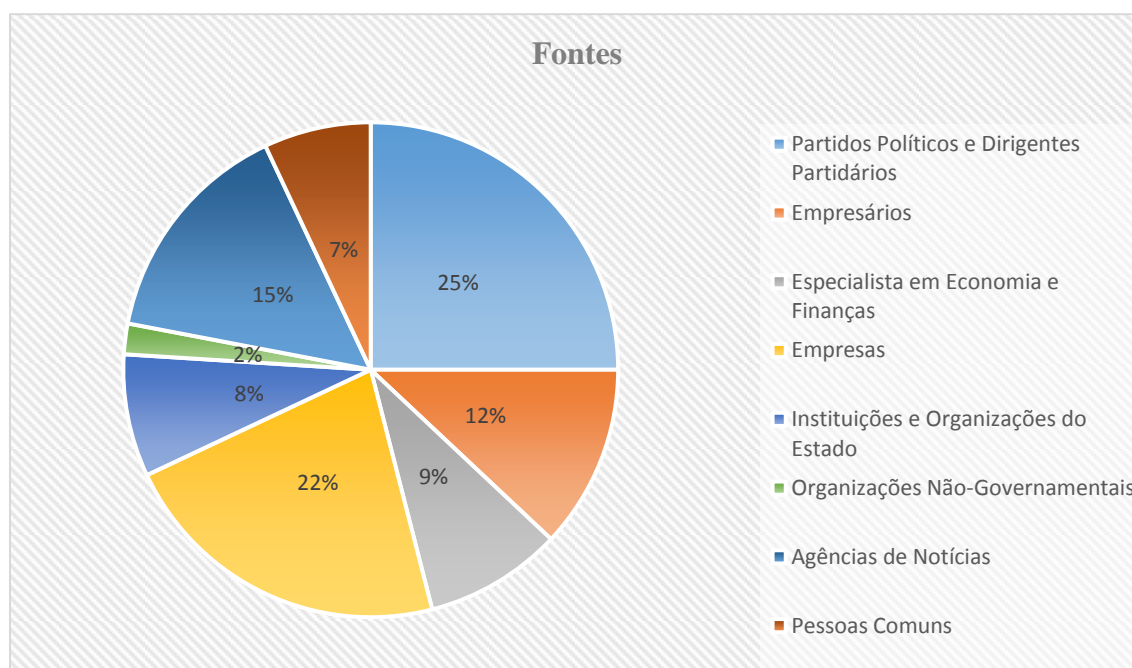


Relativamente ao tipo de *Temáticas* presentes, a vertente de Economia e Finanças (cf. anexo 10) juntamente com a vertente de Empresas e Negócios (cf. anexo 11) são as mais observáveis contabilizando-se um número de publicações muito idêntico em cada jornal, com percentagens de 27% e 28% respetivamente. A estas duas categorias seguem-se as categorias da Política (cf. anexo 15) com um número aproximado a 21 publicações, não por cada jornal, mas ao longo de todas as edições, e a categoria dos Mercados (cf. anexo 13), que é representada por uma estimativa de 28 publicações no período das duas semanas relativas a este tema e a tudo que ele abrange. Seguem-se as abordagens ao Marketing, Media e a Publicidade (cf. anexo 14) que contam com cerca de 13 publicações, igualmente por todos os jornais. Por último, os temas que menos são abordados nesta análise são os Perfis dos Empreendedores (cf. anexo 12), temas relativos ao Turismo (cf. anexo 17) e à Indústria (cf. anexo 16).

Tabela 4. Contabilização das Fontes de Informação.

Fontes	Nº na totalidade	%	Média por Jornal
Partidos Políticos e Dirigentes Partidários	91	25	9,1
Empresários	43	12	4,3
Especialistas em Economia e Finanças	34	9	3,4
Empresas	78	22	8
Instituições e Organizações do Estado	29	8	3
Organizações Não-Governamentais	8	2	1
Agências de Notícias	53	15	5,3
Pessoas Comuns	25	7	3
Total	361	100	-

Gráfico 4. Distribuição das Fontes.

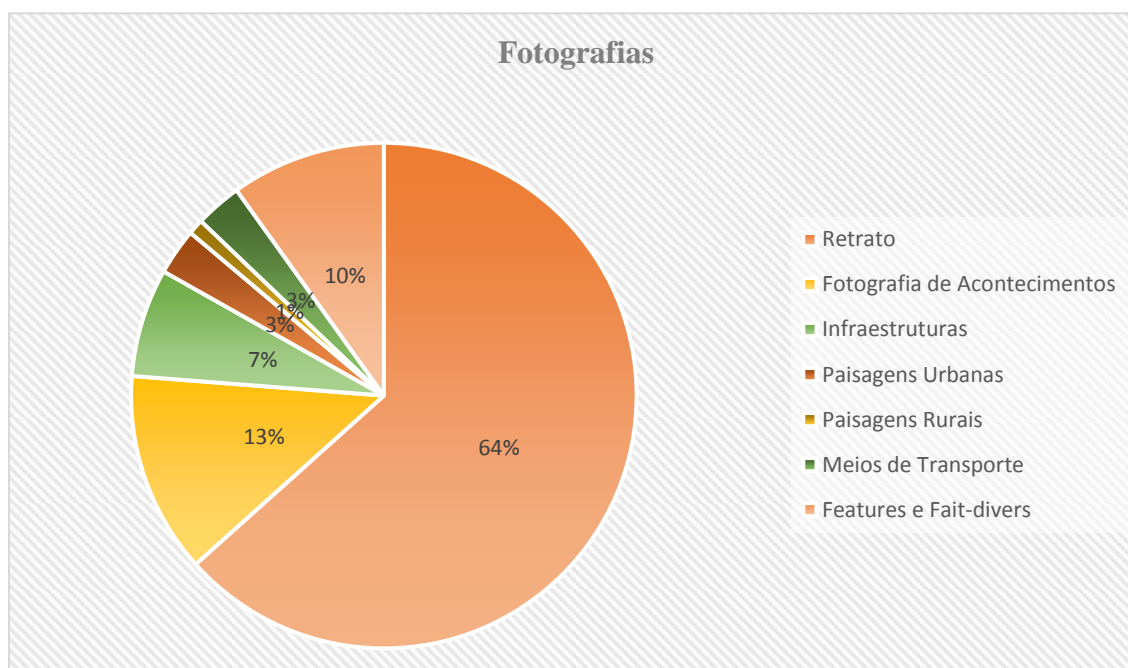


As *Fontes* (cf. anexos 18 e 19) são algo que se observa desde uma primeira página até à última e sendo este um jornal de negócios maioritariamente observa-se fontes derivadas de Partidos políticos ou Dirigentes partidários com uma percentagem de 25%, e ainda das Empresas que correspondem a 22% da sua totalidade e o número de fontes relativas a Empresários e as Agências de Notícias também se destacam. Seguem-se os Especialistas em Economia e Finanças, podendo ser enumerados e denominados um grande número destes dois tipos de fontes. Seguem-se as Instituições e Organizações do Estado, que são mencionadas numa estimativa de 3 por jornal, assim como as Agências de Notícias, as quais se destacam a *Reuters*, o *Correio da Manhã* e a *Sábado*, com um número de 5,3 agências de notícias por edição, e ainda algumas Empresas de informação como a *Bloomberg* (principalmente), a *Deco* e a *Cofina*, chegando a aparecer por cada jornal cerca de 8 fontes deste género. Outra categoria que se define é o número de Empresários que surgem como fontes, rondam uma média de 4,3 empresários como cada edição, maioritariamente nos temas a que estes são mais associados, empresas e negócios. Por último, as Pessoas Comuns e as Organizações Não-Governamentais são as categorias que menos se observam.

Tabela 5. Contabilização dos Géneros Fotográficos.

Géneros Fotográficos	Nº na totalidade	%	Média por Jornal
Retrato	317	64	32
Fotografia de acontecimentos	65	13	7
Infraestruturas	33	7	3,3
Paisagens Urbanas	14	3	1,4
Paisagens Rurais	5	1	1
Meios de Transporte	14	3	1,4
Features e Fait-divers	51	10	5,1
Total	499	100	-

Gráfico 5. Distribuição dos Géneros Fotográficos.



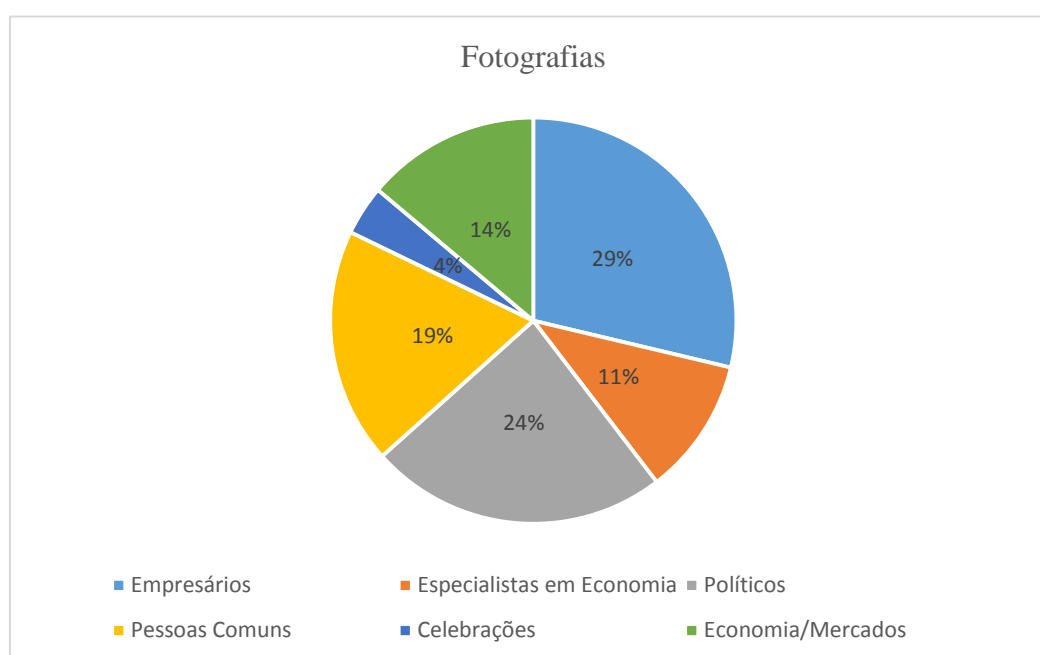
Relativamente aos *Géneros Fotográficos* existentes no *Jornal de Negócios* o Retrato (cf. anexo 20) é sem dúvida o que mais se visualizou, contabilizando-se nas 10 edições deste jornal uns 317 retratos, uma média de 32 retratos por cada jornal e uma percentagem de 64%, realce-se que a edição de sexta-feira que contém o suplemento *Weekend* acaba por ter mais páginas, logo mais retratos. Aqui podemos já adiantar que maioritariamente são retratos de políticos e economistas, assim como de empresários. Seguindo-se ao retrato a categoria que mais se destaca são as Fotografias de

Acontecimentos (cf. anexo 21), contabilizando-se umas 65 por todas as 10 edições e uma percentagem de 13%, o que acaba por ser muito relativo o número que vai de jornal para jornal. Pode variar entre 7 fotos de acontecimentos por cada um. Os Features e Fait-divers (cf. anexo 26) são outra categoria de maior destaque dentre género, contabilizando uns 51 no total e no seu seguimento as Infraestruturas (cf. anexo 22) numa estimativa de 33 imagens na totalidade. As Imagens Urbanas (cf. anexo 23) e as Rurais (cf. anexo 24) entre 1 ou 2 respetivamente, por cada jornal, e por último, os Meios de Transporte (cf. anexo 25), respetivamente 14 imagens por toda a análise, mas realce-se que este tipo de imagem maioritariamente aparece nos suplementos.

Tabela 6. Contabilização dos Temas Fotográficos.

Temas Fotográficos	Nº na totalidade	%	Média por Jornal
Empresários	73	29	7,3
Especialistas em Economia	29	11	3
Políticos	61	24	6
Pessoas Comuns	47	19	5
Celebrações	9	4	1
Economia/Mercados	35	14	4
Total	254	100	-

Gráfico 6. Distribuição dos Temas Fotográficos.

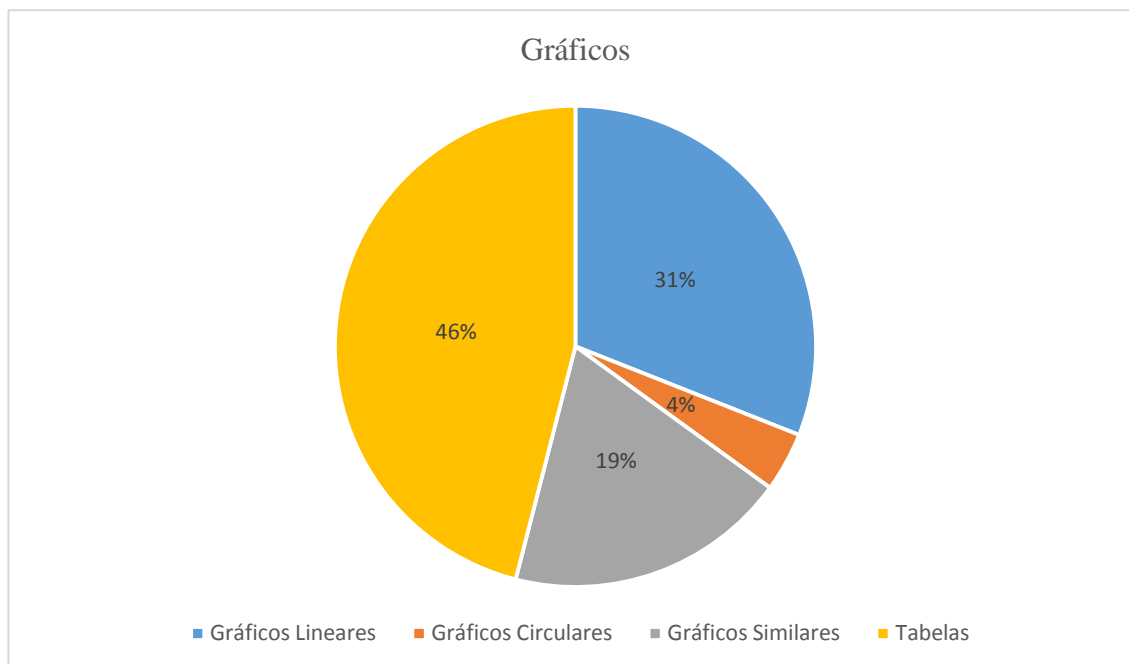


Tal como nos *Géneros Fotográficos*, também nos seus *Temas Fotográficos* os Empresários (cf. anexo 27), os Especialistas em economia (cf. anexo 28) e os Políticos (cf. anexo 29) encontram-se numa maioria relativamente ao número de Pessoas Comuns (cf. anexo 30), de Celebrações (cf. anexo 31) ou até mesmo de temas relacionados com a economia/mercados. Pela ordem de uma lógica económica, esta disposição é adequada visto tratar-se de um jornal de economia e finanças. Os empresários apresentam-se numa linha de 73 por todas as edições analisadas, com uma percentagem de 29%, os políticos com uma estimativa de 61, numa percentagem de 24%, enquanto os especialistas em economias se destacam por 29 manifestações por todos os jornais na sua totalidade, estipulando-se em 11%. As médias mais baixas centram-se no número de Pessoas Comuns, com uma média de 5 por cada edição, as Celebrações com uma media de 1 e ainda fotografias relativas à Economia/Mercados com uma média de 4 por jornal.

Tabela 7. Contabilização dos Gráficos.

Gráficos	Nº na totalidade	%	Média por Jornal
Gráficos Lineares	88	31	9
Gráficos Circulares	12	4	1,2
Gráficos Similares	53	19	5,3
Tabelas	132	46	13,2
Total	285	100	-

Gráfico 7. Distribuição dos Gráficos.



A última categoria que se destacou em massa nos *Jornais de Negócios* são os *gráficos*, desde Lineares (cf. anexo 32), Similares (cf. anexo 33) ou Circulares (cf. anexo 34). É de se realçar que para além destes também se observam algumas Tabelas (cf. anexo 35). Os gráficos lineares apresentam uma grande margem em relação aos outros dois géneros, com uma percentagem de 31 gráficos na sua totalidade. Os gráficos similares centram-se numa média de 5,3 gráficos por cada jornal, realçando-se que pelo menos na edição de 6 e 16 de Março não existe qualquer tipo de amostra deste tipo. Relativamente aos gráficos circulares, definitivamente, são os que menos se observam, numa percentagem de 4% do seu total, correspondente a uma média de 1,2 gráficos por jornal, verificando-se que em pelo menos 6 edições eles não se verificam. Verificou-se que ao longo desta análise num período de duas semanas, as tabelas aparecem em cada jornal, com um número que varia em quase 14 tabelas por cada jornal.

Conclusões

Trabalhar um tema de cariz económico tem que se lhe diga, principalmente quando o número de publicações sobre ele não é assim tão variada e vasta em comparação a outras temáticas, e ainda, perceber alguma linguagem menos perceptível. Tal como mencionado na Introdução, um dos principais motivos presentes na escolha deste tema é a escassez a que por vezes se assiste em relação ao Jornalismo Económico, para além de que também iria ser desafiante realizá-lo. E foi.

Este trabalho iniciou-se com uma definição do jornalismo mas de uma forma mais generalista. O jornalismo é visto como uma forma de produção de conhecimento e pode ser considerado em duas perspetivas diferentes, como produzir conhecimentos como para danificá-los. No entanto, segundo Meditsch (1997, pp. 2-3) existem três abordagens que se devem considerar quando se fala de jornalismo em forma de conhecimento. A primeira define o saber não como um fato concreto, mas “como um ideal abstrato a alcançar” e alcançando-se este aspeto “passa a ser o parâmetro para julgar toda a espécie de conhecimento produzido no mundo humano”. Numa segunda abordagem, o jornalismo ainda é visto como uma ciência menor, mas considera-o mais útil, já lhe atribui valor enquanto criador de conhecimento. Por último, a terceira abordagem mostra a forma como o jornalismo revela a realidade mas de uma forma diferente. Ele não só produz o seu próprio conhecimento, como também o de outras instituições sociais.

Podemos considerar o jornalismo como uma peça fundamental para o desenvolvimento da nossa sociedade, assim como para o próprio público que a engloba, como facilmente podemos observar no nosso dia-a-dia o quanto as pessoas conseguem ser influenciadas com o que leem. O seu principal objetivo é estabelecer-se em comunicação com a sociedade, de forma a melhorar e a difundir notícias e conhecimentos que de alguma forma ajudam na formação do público, como individuais.

Segundo nos diz Sousa (2005, p. 11) o jornalismo tem como principal ocupação manter a vigilância no controle de poderes, exercida através da informação e difusão pública, ou seja, “significa noticiar sobre todos os acontecimentos, questões úteis e

problemáticas socialmente relevantes”. Trata-se, portanto, de aprender a contextualizar, a interpretar e a analisar todos os dados.

Desta forma, assistimos a um desenvolvimento de uma nova vertente dentro do jornalismo, a especialização do jornalismo económico. A economia, segundo Neves (2013, p. 41) trata-se de uma “ciência humana”, que se inclina sobre as pessoas e para as pessoas, ou seja, o próprio jornalismo económico volta-se exatamente para o que acontece diariamente na nossa sociedade, trazendo consigo o que de mais importante consegue recolher para a manutenção dos mais variados setores de uma sociedade ou país.

Defende-se que o jornalismo económico apareceu com o surgimento da própria imprensa, em que finais do século XIX os jornais já continham com comentários de cariz económico por parte de vários autores. Desta forma com o seu espontâneo crescimento ao longo dos tempos as redações começaram a criar editoriais próprias para os assuntos que correspondiam à economia, de maneira a que conseguissem uma maior amplitude ao conteúdo que seria trabalho e posteriormente publicado.

É neste cenário que se assiste à especialização por parte do jornalista, ao qual o jornalismo económico exige que este tenha conhecimentos aperfeiçoados sobre o tema, que o saiba aprofundar mas de forma simples e concisa. O jornalista para além de traduzir o que se passa na sociedade, deve também confrontar as diferentes perspetivas que existam, que permitam ao leitor conseguir entender e no fundo orientar-se diante da realidade. No fundo podemos considerar que tanto o papel de um jornalista de economia e de um economista é poderem transmitir conhecimentos às pessoas para que estas façam utilidade deles na sua vida.

Porém, é de se realçar e igualmente notado por mim, que uma das principais barreiras que se colocou à produção do jornalismo económico desde o seu início foi a sua própria linguagem. Por norma quando se pensa em economia o primeiro pensamento remete logo para números, tratando-se de um mal comum da sociedade.

É sabido por todos que a linguagem do jornalismo deve ser comum e simplificada, objetiva e precisa, transmitindo com veracidade os fatos que acontecem para uma melhor compreensão, mas no que toca à linguagem económica ainda é necessário uma maior precisão e clareza nas palavras, verificado o maior problema enfrentado pelo redator nas

editorias de economia, pois uma utilização excessiva de números numa tentativa de explicar fatos, acaba por correr ainda pior.

Este problema verificou-se nos seus primórdios quando os jornalistas transcreviam para os jornais aquilo que economistas ou pessoas importantes diziam, sem antes terem a preocupação de explicarem o que realmente aquilo queria dizer. Ao longo dos últimos anos grandes mudanças se verificaram, fato que se deveu à grande especialização das editorias e dos profissionais, mas é notório dizer-se que muitos jornalistas ainda têm dificuldade em compreender o seu papel de simplificador perante a sociedade.

Este trabalho centrou-se essencialmente numa análise de um estudo de caso, o perfil editorial do *Jornal de Negócios* ao qual pude verificar de que forma uma editoria trabalha e se organiza. Relativamente à sua linguagem notei clareza nas palavras, algo que obedeceu àquilo falado anteriormente.

Por vezes muitos jornais sofrem problemas relativamente à sua estruturação, não conseguindo dar o devido espaço aos conteúdos voltados para a economia, maioritariamente pedidos pelo público. No entanto, com esta análise e com base no levantamento dos dados feitos através dos jornais examinados, pode verificar-se que neste tipo de jornal prevalece essencialmente temáticas de economia, assim como de empresas e negócios. Aqui predomina a preocupação de um grande espaço editorial para o tratamento das temáticas de cariz económico, como já se era de esperar. O seu grande número de publicações económicas mostram uma profundidade nos temas tratados, em que parte deles advém de fontes relativas a economistas, especialistas em economia e até mesmo políticos.

Bibliografia

Bahia, J. (1990). *Jornal, História e Técnica: história da imprensa Brasileira*. 4ª Edição. São Paulo, África.

Basile, S. (2012). *Elementos de Jornalismo Econômico*. 2ª Edição. Rio de Janeiro, Elsevier.

Borrat, H. (1989). *Proyecto Docente*. Barcelona, Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Caldas, S. (2003). *Jornalismo Econômico*. São Paulo, Contexto.

Cardoso, J. L. (1997). *Pensar a Economia em Portugal. Digressões Históricas*. Algés – Portugal, Difel 82 – Difusão Editorial, S. A.

Coelho, P. (2015). *Jornalismo e Mercado. Os novos desafios colocados à formação*. Covilhã, Livros LabCom.

Cornu, D. (1994). *Jornalismo e Verdade. Para um Ética da Informação*. Lisboa, Instituto Piaget.

Correia, F. (1997). *Os Jornalistas e as notícias*. Lisboa, Editorial Caminho.

Correia, J. (2005). *A Teoria da comunicação de Alfred Shutz*. Lisboa, Livros Horizonte.

Di Franco, C. A. (1996). *Jornalismo, ética e qualidade*. Petrópolis, Rio de Janeiro, Vozes.

Fernández del Moral, J. (2004). *El Periodismo Especializado: um modelo sistémico para la difusión del conocimiento*. Barcelona, Ariel.

Figueira, J. (2012). *A Imprensa Portuguesa (1974-2010)*. Coimbra, Angelus Novus Editora.

Fontcuberta, M. (1993). *La notícia*. Barcelona, Paidós.

Fragoso, A. G. (2013). *A mediatização da crise financeira no Jornal da Noite da SIC*. Braga, Universidade do Minho. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação.

Gans, Herbert J. (1980). *Deciding what's news: a study of CBS evening news, NBC nightly news, newsweek, and time*. New York, Vintage Books.

Goodwin, H. E. (1993). *Procura-se Ética no Jornalismo*. Rio de Janeiro, Editorial Nórdica.

Karam, F. (1997). *Jornalismo, Ética e Liberdade*. São Paulo, Summus (Coleção Novas Buscas em Comunicação, Vol.54).

Kucinski, B. (2000). *Jornalismo Econômico*. São Paulo, EDUSP.

Lage, N. (2005). *A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro, Record.

Martins, C. (2007). *30 anos de jornalismo económico em Portugal : (1974-2004)*. Lisboa, Livros Horizonte.

Neves, J. C. (2013). *Introdução à Economia*. Lisboa, Verbo.

Orive, P. e Fagoaga, C. (1974). *La Especialización en el Periodismo*. Madrid, Editorial Dossat, S. A.

Quesada-Pérez, M. (1998). *Periodismo Especializado*. Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias, S. A.

Quintão, A. F. (1987). *O Jornalismo econômico no Brasil depois de 1964*. Rio de Janeiro, Agir.

Ramirez, F. E. e Fernández del Moral, J. (1999). *Áreas de Especialización Periodística*. 1ª Edição. Madrid, Editorial Fragua.

Sánchez-Vásquez, A. (1987). *Ética*. 10ª Edição. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.

Santos, R. (1997). *A Negociação entre jornalistas e fontes*. Coimbra, Minerva.

Santos, R. (2003). *Jornalistas e Fontes de Informação. A sua relação na perspectiva da Sociologia do Jornalismo*. Coimbra, Minerva.

Saperas, E. (1987). *Os efeitos cognitivos da comunicação de massas*. Editorial Ariel, S. A., Edições Asa.

Sartre, J. P. (1990). *Verdade e existência*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.

Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York, W.W. Norton and Company.

Silva, M. (2004). *O trabalho na economia e na sociedade portuguesas do século XXI. Desafios e oportunidades para uma nova ecologia social*. Cidadela – Vale Menriço, Comissão Nacional Justiça e Paz, Editora Cidade Nova.

Sousa, J. P. (2000). *As notícias e os seus efeitos. As “Teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos*. Coimbra, Minerva.

Sousa, J. P. (2002). *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Chapecó, Argos – Editora universitária, Letras Contemporâneas.

Sousa, J. P. (2005). *Elementos de jornalismo impresso*. Florianópolis, Letras Contemporâneas.

Sousa, J. P. (2013). *Jornalismo em Portugal no Alvorecer da Modernidade*. Lisboa, Média XXI.

Traquina, N. (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa, Vega.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são*. Vol.1, 2ª edição. Florianópolis, Insular.

Wolf, M. (2001). *Teorias da Comunicação*. 6ª Edição. Lisboa, Presença.

Bibliografia eletrónica

Abiahy, A. C. A. (2000). *O Jornalismo especializado na sociedade da informação* [Em linha]. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahy-ana-jornalismo-especializado.pdf>. [Consultado em 29/06/2017].

Afonso, O., Aguiar, A. (2004). *Comércio Externo e Crescimento da Economia Portuguesa no Século XX* [Em linha]. Disponível em http://www.fep.up.pt/investigacao/workingpapers/04.05.06_WP146_Afonso%20e%20Aguiar.pdf. [Consultado em 05/07/2017].

Alexandre, F., Aguiar-Corraria, L., Bação, P. (2010). *Crise e Castigo. A longa estagnação da economia em Portugal* [Em linha]. Disponível em <http://observador.pt/especiais/crise-castigo-longa-estagnacao-da-economia-potugal/> [Consultado em 03/07/2017].

Branco, A. M. V. *A ética e a informação: o jornalista como profissional e o jornalista como pessoa* [Em linha]. Disponível em www.ipv.pt/forumedia/6/9.pdf. [Consultado em 04/07/2017].

Camponez, J. C. C. S. (2009). *Fundamentos de Deontologia do Jornalismo. A auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007)* [Em linha]. Disponível em https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/12614/3/Tese_Carlos%20Camponez.pdf. [Consultado em 27/06/2017].

Coelho, C. M. (2015). *A importância da fotografia no jornalismo: a percepção dos fotojornalistas portugueses*. *Revista Aprender*, Nº35, Junho de 2015, pp.80-81.

Costa, L., Lains, P., Miranda, S. (2011). *Portugal tem uma longa história para contar* [Em linha]. Disponível em <https://www.publico.pt/historia/jornal/portugal-tem-uma-long-historia-economia-para-contar-23407867>. [Consultado em 29/06/2017].

Gonçalves, A. M. L. (2012). *A problemática das fontes de informação na produção das notícias: O caso da Comissão de Mercados e de Valores mobiliários* [Em linha]. Disponível em <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/5116/1/anagoncalves2nov12.pdf>. [Consultado em 05/07/2017].

Gonzalez, L. P. R. (2009). *Jornalismo cultural: Interfaces entre culturas e entretenimento* [Em linha]. Disponível em www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/expocom/EX14-0616-1.pdf. [Consultado em 30/06/2017].

Garrido H. (2005). *Jornalismo Económico em tempos de concentração – Faces visíveis das pressões sobre a informação*. *Caleidoscópio, Revista de Comunicação e Cultura*, [S.I.], Nº5/6, Julho de 2011.

Jacinto, V. S. S. (2016). *Desafios do Jornalismo Económico em Televisão: O caso da SIC* [Em linha]. Disponível em <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/31733/1/DESAFIOS%20DO%20JORNALISMO%20ECONOMICO%20SIC%20vania%20jacinto-pdf>. [Consultado em 04/07/2017].

Mendes, D. I. (2014). *Problemáticas do Jornalismo Económico* [Em linha]. Disponível em http://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/4401/1/Relatorio_Estagio_DianaMendes_20141103.pdf. [Consultado em 30/06/2017].

Pérez Leite, P. (2010). *Jornalismo Econômico como exercício da cidadania: uma análise da divulgação econômica na mídia oficial e nos veículos Universo online e O Estado de São Paulo* [Em linha]. Disponível em https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/1144/119601/leite_pp_tcc_bauru.pdf?sequencia=1. [Consultado em 25/06/2017].

- Pinto, M. (2000). *Fontes Jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, V.14 (1-2), pp.277-294.*
- Reis, J. (2004). Estado, Mercado e Comunidade: A economia portuguesa e a governação contemporânea [Em linha]. Disponível em <http://rccs.revues.org/71050>. [Consultado em 04/07/2017].
- Rossetti, R., Droguett, J., Pettinati, A. R. *A ética profissional do jornalismo e o filme “O custo da coragem, Veronica Guerim. Revista Alterjor, Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo, Vol.01, Nº07, Janeiro-Junho de 2013, pp.2-21.*
- Rovida, M. F. (2010). *A segmentação no Jornalismo sob a ótica durkheimiana da divisão do Trabalho Social* [Em Linha]. Disponível em <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/02/08-A-segmentacao-no-jornalismo-sob-a-otica-durkheimiana-da-divisao-do-trabalho-social.pdf>. [Consultado em 27/06/2017].
- Silva, R. C. (2012). *História do jornalismo: evolução e transformação. Revista Temática. Ano VIII, Nº07, Julho de 2012, p.4.*
- Sousa, J. P. (2002). *Porque as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia* [Em linha]. Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf. [Consultado em 27/06/2017].
- Sousa, J. P. (2003). *Elementos da Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa [Em linha]. Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf. [Consultado em 11/07/2017].
- Tavares, F. M. B. (2007). *Percursos entre o jornalismo e o jornalismo especializado* [Em linha]. Disponível em www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/R0648-1.pdf. [Consultado em 26/06/2017].
- Tavares, F. M. B. (2009). *O jornalismo especializado e a especialização periodística. Revista Estudos em Comunicação, Nº5, Maio de 2009, p.116.*

Tavares, F. M. B. (2012). *A especialização jornalística como teoria e objeto: contornos e limites*. *Revista Comunicação Midiática*, V.7, Nº1, pp.96-116, Janeiro/Abril de 2012.

A COR DO DINHEIRO

“Estavam todos feitos”



CAMILO LOURENÇO
Jornalista de Economia

Paulo Azevedo, o sucessor de Belmino ni Sotoca, fez ontem História. Em plena conferência de apresentação de resultados do grupo, que incidia sobre a OPA falhada (2006) sobre a Portugal Telecom, teve esta saída: “De uma forma ou de outra, não escondo o agrado por se estar a falar nisso”. Para concluir: “De uma forma ou de outra, estavam todos feitos”.

É provável que Paulo Azevedo não tenha percebido bem todo o alcance da sua “acusação”. A esta frase, em minha opinião, sumaria tudo o que foi a vida económica portuguesa do pós-democracia negligente e política andaram sempre de mãos dadas. Antes de prosseguir, um parêntesis para responder aos que, neste momento, não me entenderem: já deve estar aí: “Mas no anterior regime já era assim”.

Era sim, senhor. Mas foi para mudar de paradigma que se fez a revolução (acho eu...). Razo mais do que suficiente para revisitar a História económica do pós-25

de Abril. Até porque nunca é demais lembrar que é este conchabito entre política e negócios, envolvendo esquerda e direita (PS, PSD e CDS – o Bloco e o PCP só escapam porque nunca estiveram no poder) que fragiliza a democracia.

Vejamos em 2006, a Sonae lançou uma OPA sobre a Portugal Telecom. A surpresa foi gerá-lo desde o Governo, liderado por Sócrates, até ao Grupo Espírito Santo (que já era “do outro lado”), acobardando a própria PT (onde os chefes reuniram, atarantados, todo o Estado maior para analisar a situação).

A OPA tinha uma fragilidade em precisão desilustrar os estatutos, só possível em assembleia geral. E contra isso havia um poderoso inimigo: o Grupo Espírito Santo, que não se cobria de financiadores acionistas, como a Onging, para votar a seu lado. A proprietária administração da PT (Grimaldo e Bovi) eram o seu porta-estandarte) nunca esconderam que lado estavam. E se for vendida a acção do Ministério Público, fizeram-se bem cuidado por isso.

O que se passou a seguir é conhecido. O Espírito Santo conseguiu convencer o Governo, que inicialmente parecia disposto a apoiar favoravelmente a debilidação de estatutos, e acabou tudo numa derrota da Sonae.

Estes factos, vistos à distância de 10 anos, como que se conhecia de falência do GES, do processo Fae Ocálea e da Operação Marquês, permitem prever como

se montou uma gigantesca farsa que, no final, terminou com a destituição da própria PT. É por isso que vale a pena meditar com atenção no que disse Paulo Azevedo Ricardo Sálgado conseguiu levar acionistas, e até o Estado, a tomar uma decisão que favorecia o seu grupo: a PT acabou a endividar-se para devolver, sob a forma de dividendos, bilhões de euros aos acionistas e para fazer aplicações ruins em papel comercial das empresas do GES (com a excepção da gestão da empresa). Se isto não é retrato caricaturado do capitalismo português, não sei o que é. E o pior de tudo é que não temos a certeza de que a justiça vai acabar por colocar alguns dos protagonistas destas negociações atrás das grades... ■

Este artigo está em conformidade com o novo Acordo Ortográfico

Figura 7. Exemplo de um Texto de Análise e Opinião

QUARTA-FEIRA, 15 MAR 2017, III



Soluções digitais Rumos: Negócios mais inteligentes e competitivos

1. BENEFÍCIOS FINANCEIROS
O modelo de pagamento baseado em serviço ajuda os clientes a gerir o consumo de recursos à medida que os usam, reduzindo custos.

2. INVESTIMENTOS CONTROLADOS
Em termos de controlo de custos, o modelo de pagamento baseado em serviço permite aos clientes controlar os custos de forma mais eficaz, permitindo-lhes ajustar o consumo de recursos à medida que os usam, reduzindo custos.

3. CUSTOS FIXOS PREVISÍVEIS
A flexibilidade do “cloud” evita o facto de se ter de pagar por recursos que não são utilizados, permitindo aos clientes controlar os custos de forma mais eficaz, permitindo-lhes ajustar o consumo de recursos à medida que os usam, reduzindo custos.

4. TRANSPARENCIA
Além das opções de ambiente, a visibilidade dos recursos e a capacidade de gerar relatórios em tempo real permitem aos clientes controlar os custos de forma mais eficaz, permitindo-lhes ajustar o consumo de recursos à medida que os usam, reduzindo custos.

5. MAIS AGILIDADE
Com a capacidade de aprovar e implementar as alterações em minutos, as empresas podem adaptar-se mais rapidamente às mudanças de mercado, permitindo-lhes ajustar o consumo de recursos à medida que os usam, reduzindo custos.

Capacitamos pessoas e tecnologias

Microsoft Azure | Microsoft Gold Partner

+351 217 824 130 | services@rumos.pt | www.rumos.pt

Figura 8. Exemplo de uma Publicidade.

OPINIÃO

CRÓNICAS DO ISG



MIGUEL VARELA
Director do ISG - Business Economics School

Trabalhar depois dos 70 e reforma da Segurança Social

A reforma da Segurança Social é um tema muito sensível e constantemente abordado pelos sucessivos governos, que, apesar de discutirem o assunto, não conseguiram chegar a uma solução definitiva. Mais do que uma discussão ideológica, trata-se sobretudo de um problema material de sustentabilidade. O modelo de previdência que serviu de base à construção europeia foi ultrapassado pela realidade social, em especial a evolução demográfica das últimas décadas.

Recentemente, numa entrevista, o ministro Vieira da Silva mostrou-se a favor da eliminação do limite de 70 anos para trabalhar no Estado com o argumento da escassez de qualificações e também do direito ao trabalho.

Fiquei confuso com tal argumentação. Em primeiro lugar, nunca existiu em Portugal, uma população

laço ativa tão qualificada como nos últimos anos, tanto a nível académico como a nível das profissões. Em segundo lugar, se foi uma confluência da renovação de gerações e de qualidades limitadas a 70 anos a idade de trabalhar para o Estado, então o ministro não acredita nos jovens nem valoriza o facto de o Estado ter de pagar reformas a ordenado à mesma pessoa após os 70 anos, nem o trabalho que isso representa para os contribuintes.

Claro que esta realidade interessa muito a quem baseia as pretensões dos seus interesses no Estado especializado em oferecer. O Estado tem a obrigação de impedir que o interesse particular não se sobreponha ao interesse público. O direito dos contribuintes e como é de todos é muitas vezes tratado como se fosse de ninguém.

O direito ao trabalho é tão legítimo como o direito à reforma e ao descanso.

Ora, se alguém opta pela reforma ou se se vê obrigado pela idade a reformar-se, poderia sempre optar por voluntariar-se em trabalho “incentivativo”, libertando espaço para o emprego jovem. Mas como “da verdade” e não se vislumbra pretensões douradas, os profissionais interessados desaparecem e já preferem gozar a reforma.

Vou até mais longe: para a limitação de trabalhar até aos 70 anos não deveria ser apenas no Estado, mas também no privado. Seria a melhor política de renovação de gerações e de incentivo ao emprego jovem, que parece não ser prioritária. A reforma nunca deve ser compatível com trabalho remunerado.

O direito ao trabalho é tão legítimo como o direito à reforma e ao descanso. Também é tão legítimo o direito ao trabalho aos 20, aos 30, aos 40, aos 50, aos 60 anos. Também com a garantia da reforma, é legítimo o direito ao voluntariado, o que é socialmente útil, nobre e edificante.

Felizmente, de acordo com as estatísticas oficiais do INE, a cada vez menos as pessoas que trabalham após os 65 anos de idade. Aliás está visível o ministro, que em tudo me surpreende, vem contra a medida “contrato-geração” patente programa do Governo e que procura combater um estigma para as empresas contratarem jovens ao mesmo tempo, facilitar transições para a reforma.

Entretanto, vai “cervelheando” o sistema de Segurança Social sem reforma a vista.

A experiência acumulada numa vida de trabalho deve ser respeitada e valorizada. Também os cargos políticos, obviamente abertos num sistema democrático a todos os cidadãos maiores de idade, se exercidos depois dos 70 ou por reformados de idade inferior, deveriam ser em regime de voluntariado.

Resposta ao leque de escolhas, mas tenho a certeza de que teríamos outros governantes, de entre os que se aposentaram. ■

Este artigo está em conformidade com o novo Acordo Ortográfico

Figura 9. Exemplo de um Texto de Análise e Opinião.



Figura 20. Exemplo de um Retrato.



Figura 21. Exemplo de um Acontecimento.



Figura 22. Exemplo de uma Infraestrutura.



Figura 23. Exemplo de Paisagem Urbana.



Figura 24. Exemplo de Paisagem Rural.



Figura 25. Exemplo de Meio de Transporte.



Figura 26. Exemplo de Features e Fait-divers.



José Theotónio conversou com o Negócios durante a Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), onde o grupo Pestana tem um espaço.

Figura 27. Exemplo de um Empresário.



Mário Centeno defendeu ao Financial Times que com o défice de 2016 próximo de 2% e a economia a crescer, Portugal deve sair dos défices excessivos.

Figura 28. Exemplo de um Economista.



António Costa, que prometeu descongelar carreiras a partir de 2018, admite alterações às regras das progressões.

Figura 29. Exemplo de um Político.



Figura 30. Exemplo de uma Pessoa Comum.



Figura 31. Exemplo de uma Celebração.



Figura 32. Exemplo de Gráfico Linear.



Figura 33. Exemplo de Gráfico Similar.

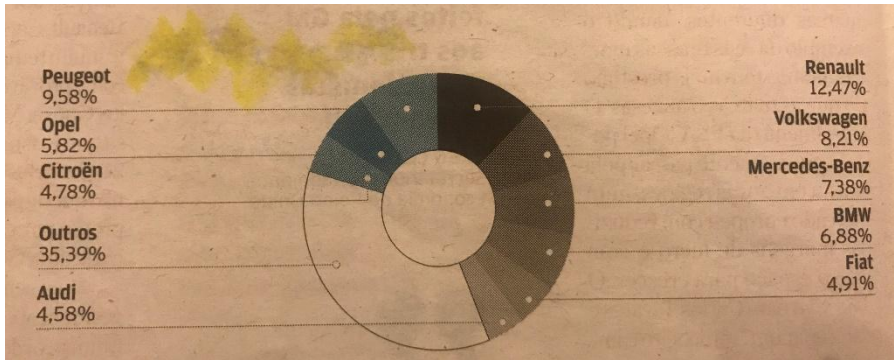


Figura 34. Exemplo de Gráfico Circular.

Empresa	Data cot.	Última cot.	Var. %	Valor neg.	Var. % a 11M
AMT	16-03-2017	4,87	1,81	790,378	7,26
BCP	16-03-2017	0,161	1,90	9,293,295	-71,56
Montepio	16-03-2017	0,429	2,14	24,366	-26,67
Corticeira Amorim	16-03-2017	9,858	0,56	509,607	58,43
CTT	16-03-2017	5,814	-0,18	4,884,370	-41,90
EDP	16-03-2017	2,848	0,60	22,332,800	-9,29
EDP Renováveis	16-03-2017	6,110	-0,15	2,977,172	-4,52
Galp Energia	16-03-2017	13,765	1,66	16,445,420	23,79
Jardineira Martins	16-03-2017	15,590	0,48	9,441,948	10,69
Mota-Engil	16-03-2017	1,700	-3,52	1,952,388	-2,75
Nos	16-03-2017	4,865	0,72	4,074,930	-20,69
Pharol	16-03-2017	0,399	0,52	1,374,611	214,77
Reisgator	16-03-2017	5,572	0,83	1,977,784	12,77
REN	16-03-2017	2,642	0,69	22,711,949	-51,0
Sonae	16-03-2017	13,430	0,71	315,024	18,66
Sonae Capital	16-03-2017	0,730	0,27	169,015	23,73
Sonae	16-03-2017	0,850	2,50	6,838,946	-17,0

Empresa	Data cot.	Última cot.	Var. %	Valor neg.	Var. % a 11M
Mota-Engil	16-03-2017	1,700	-3,52	1,952,388	-2,75
Jardineira Martins	16-03-2017	15,590	0,48	9,441,948	10,69
BCP	16-03-2017	0,161	1,90	9,293,295	-71,56
Galp Energia	16-03-2017	13,765	1,66	16,445,420	23,79
AMT	16-03-2017	4,87	1,81	790,378	7,26

Empresa	Var. %
Sonae	2,50
Montepio	2,14
BCP	1,90
Galp Energia	1,66
AMT	1,81

Empresa	Var. %
Mota-Engil	-3,52
Jardineira Martins	-0,48
BCP	-0,19
CTT	-0,19
Edp Renováveis	-0,15

Empresa	Var. %
Galp Energia	23,79
Pharol	214,77
Reisgator	12,77
Sonae Capital	23,73
Sonae	-17,0

Empresa	Var. %
AMT	7,26
BCP	-71,56
Montepio	-26,67
Corticeira Amorim	58,43
CTT	-41,90
EDP	-9,29
EDP Renováveis	-4,52
Galp Energia	23,79
Jardineira Martins	10,69
Mota-Engil	-2,75
Nos	-20,69
Pharol	214,77
Reisgator	12,77
REN	-51,0
Sonae	18,66
Sonae Capital	23,73
Sonae	-17,0

Empresa	Var. %
AMT	7,26
BCP	-71,56
Montepio	-26,67
Corticeira Amorim	58,43
CTT	-41,90
EDP	-9,29
EDP Renováveis	-4,52
Galp Energia	23,79
Jardineira Martins	10,69
Mota-Engil	-2,75
Nos	-20,69
Pharol	214,77
Reisgator	12,77
REN	-51,0
Sonae	18,66
Sonae Capital	23,73
Sonae	-17,0

Figura 35. Exemplo de Tabelas.

