

## **Apêndice 1**

### **Jornal Público: plantado à beira-mar**

#### **Dia 1**

A chegada ao jornal Público começou às 9 da manhã. Já conhecíamos o espaço de dois anteriores encontros que tivemos antes de iniciar o período de observação. Do lado da estrada ouvimos o eléctrico que faz as suas viagens durante todo o dia, ao lado do comboio e autocarros que são habituais pelos lados da doca de Alcântara, em Lisboa. A redação do jornal Público mudou de instalações, prescindiu do lugar mais central da cidade e instalou-se junto ao Rio Tejo onde se avista o grande P vermelho do jornal.

À entrada a segurança pede-nos a identificação e aguardamos até que uma cara conhecida nos diga bom dia. O jornal fica no primeiro andar, assim como todos os outros departamentos: comercial, administrativo, marketing e informática. O edifício é espaçoso, requintado, de tetos altos e com muita luz.

Fui recebida pela directora executiva online, Simone Duarte, com a qual já tinha reunido há algumas semanas. Nessa reunião expliquei-lhe o que necessitaria de fazer, para a minha investigação e expliquei ao detalhe o que precisaria de observar. Mostrou-se sempre receptiva em acolher este projeto e teve o cuidado de solicitar que no final lhe enviasse as minhas anotações sobre a observação, pedido ao qual eu acedi. O sotaque brasileiro denunciava que não estava há muito tempo em Portugal, mas na redação corria o boato: “basta ‘googlar’ a Simone para perceber o tamanho e a dimensão do trabalho que já desenvolveu ao longo da sua carreira”, disse um jornalista que trabalha com a Simone todos os dias.

Na altura da minha chegada a directora executiva online foi muito clara que estaria pronta a ajudar em caso de necessidade: “já enviei um email a explicar a tua presença na redação e quais os objetivos da investigação. Caso tenhas alguma dificuldade, fala comigo primeiro e resolvemos isso. Afinal é também do nosso interesse perceber o que a tua investigação vai relatar”.

O primeiro dia começou já tarde. Muitos jornalistas passeavam pela recente sala do jornal Público e por onde quer que vagueie há sempre espaço, entre os corredores e entre as secretárias. Conseguimos ouvir os jornalistas a teclar incessantemente a esta

hora da manhã e outros que falam ao fundo do corredor. Fui apresentada aos editores e elementos da direção presentes na reunião da manhã que ocupavam uma sala específica para as reuniões da manhã e de fecho. Só mais tarde viria a compreender a dinâmica das reuniões. No topo a diretora Bárbara Reis ouvia pacientemente os destaques do jornal, o que correu bem e o que correu menos bem e não hesitava em interromper quando alguma coisa não fazia sentido. Junto a ela, todos os diretores adjuntos e um clima de união nem sempre visto noutros jornais. Mas os pormenores desta reuniões serão relatados mais à frente.

Assim que a reunião acabou, a Simone fazia a apresentação de quem eu era a toda a redação: “vamos fazer uma ronda pelo jornal. Não somos muitos, já fomos muito mais, mas assim todos têm oportunidade de te conhecer e tu tens oportunidade de ver o espaço”.

Fui apresentada a cada secção – apesar de alguns ainda não saberem ao certo quem eu era pois o email explicativo só foi enviado nessa manhã. No entanto, a diretora executiva online fez um esforço para me apresentar a todas as áreas do jornal. Começamos no Desporto, seguimos para a Ciência, Infografia, Sociedade e Investigação. Para o final ficaram as secções mais próximas do seu próprio posto de trabalho: a Política, a área Internacional e, claro, o Online.

Voltamos ao ponto de partida. A secção do Online tinha uma mesa preparada para mim, para que pudesse escrever, ter um espaço para o meu próprio computador, ligação à internet, observar e falar com outros jornalistas.

Começava assim o primeiro dia no jornal Público.

## **Organização do espaço: modelo integrado, convergente e Open-space**

### **Dia 1**

Um grande corredor leva-nos desde a porta da entrada até à redação. O espaço total é rodeado por janelas que ofuscam o espaço de luz e toda a área aparece-nos dividida em dois grandes locais: o primeiro que aglomera as secções administrativas, comerciais, de marketing e informática e, separada por paredes sem porta, a redação do jornal.

O esquema da sala é um pouco diferente do Diário de Notícias onde estivemos anteriormente. Aqui não há nenhuma mesa oval ou posto mais central. À direita avista-

se uma grande janela de vidro onde é possível ver o gabinete da diretora do jornal. Imediatamente a seguir um espaço ainda em construção “que ainda precisará de algumas remodelações”, comenta a diretora online, entre o gabinete da diretora e os restantes elementos da direção. Uma secretária com dois holofotes gigantes, um suporte para uma câmara de filmar e umas portadas em vidro onde o mais uma vez conseguimos ver Público impresso a vermelho, faz a vez de um pequeno estúdio de gravação para vídeo e que serve muitas vezes de espaço de comentário para os elementos da direção ou para os editores de secção. Não há uma periodicidade estipulada para o uso deste espaço, mas na eventualidade de ser necessário é aqui que é feito. Um dos editores referiu que se “vai fazendo à medida que vai surgindo oportunidade” como espaço de comentário à atualidade.

Só depois é possível ver as mesas dos restantes diretores incluindo do online. É interessante perceber que o núcleo duro do online trabalha logo nesta primeira vaga de mesas. Não há espaços fechados, apesar do local de trabalho por secção se chamar de ilha. Os editores do online estão junto da direção e as indicações que flutuam de um lado para o outro são mais fáceis. Apenas a arquitetura parece atrapalhar um pouco: a acústica do edifício é retratada como “má”, pois mesmo a poucos centímetros de distância, os jornalistas precisam de se deslocar para falar uns com os outros. Os espaços, apesar de não serem fechados, têm armários altos que muitas vezes impedem os jornalistas de se verem uns aos outros, mas nem por isso deixam de se comunicar. No topo de alguns armários, estão vários ecrãs plasma, de 9 polegadas, sintonizados nos dois canais de informação por cabo: Sic Notícias e TVI 24. Ao fundo, há uma sala destinada a café, chá e snack, com um espaço exclusivo reservado para fumadores.

As mesmas ilhas vão-se repetindo por toda a sala, cada uma destinada a uma área do jornal. Do outro lado do corredor, estão as secções que trabalham mais para o papel, as secções ligadas aos suplementos do Público e às revistas e os técnicos da área das infografias, gráficos e internet. Estes últimos coordenam a Internet da Sonae para que o jornal, em particular, o site nunca sofra qualquer revés.

Não conseguimos deixar de notar que a sala possuía um primeiro andar, dentro da redação. Está num patamar acima, ainda que no mesmo espaço, mas não deixa de ser um espaço isolado dos demais. De cá de baixo não se consegue ver nada lá em cima e questionamos um dos jornalistas sentados ao nosso lado do que se tratava: “é a área de

fotografia. Estão lá em cima, separados de tudo e de todos”, comentou. Um dos elementos da direção chama-lhe mesmo “secção não integrada”. Num mesmo patamar há uma mesa para reuniões, mas esta aberta e visível a todos, utilizado na sua maioria para pequenas reuniões. Perto deste espaço vemos também um ecrã plasma grande e nele estão expostos os números de visitas relativos ao site, atualizado e em tempo real. Os jornalistas conseguem ter uma percepção do número de acessos, de visitas e *pageviews* em tempo real. É um bom indicador de audiências e segundo uma das editoras do online: “acaba por ser um estímulo quando percebemos que uma determinada notícia está a ser lida por milhares de pessoas. Isso faz-nos querer continuar”, comenta a jornalista.

Numa zona mais isolada, a área de informática, desenho e infografia ocupam três ilhas e um espaço muito importante no seio do jornal. Esta equipa, muito jovem, tem vindo a crescer ao longo dos últimos anos, em experiência, em prémios e, sobretudo, em dedicação a tornar a área gráfica tão ou mais importante que o papel.

## **Dia 16**

Já perto do fim da nossa observação, pedimos autorização para visitar a redação do Porto, especialmente porque a diretora online nos contou que iria sofrer algumas mudanças. Falamos com um dos diretores adjuntos, entretanto demissionário, sobre a organização da redação, muito diferente do que fomos encontrar em Lisboa. O Público no Porto divide a localização com a agência Lusa e mais alguns órgãos de comunicação, junto à praça Coronel Pacheco. Subimos ao primeiro andar e observamos uma sala retangular sem grandes opções de trabalho a não ser jornalistas virados de costas uns para os outros: “a disposição da sala é arcaica e às vezes não resulta, especialmente se pensarmos no modelo convergente que pretendiam para o jornal”, refere.

A primeira mesa é onde se senta o diretor e os editores da secção de Local, Portugal e Economia e mais um subeditor. Nas restantes mesas os jornalistas vão-se distribuindo por áreas, mas de forma muito aleatória: “facilmente percebes que esta sala não resulta. Olha ali ao fundo para a secção Nacional. O editor (da secção da Nacional) é o que tem imensa dificuldade em falar com a sua equipa, conta outro jornalista. Às vezes acaba mesmo por telefonar pois estão demasiado afastados”, lamenta.

Há um lugar vago, que outrora pertenceu a um outro diretor, entretanto despromovido e que agora é ocupado por pilhas e pilhas de jornais da semana anterior, da concorrência e alguns internacionais, como o *El País* ou o *Wall Street Journal*.

O diretor contou-nos que em 2007 tentaram uma disposição da sala diferente: “aquilo a que hoje é chamado de modelo integrado tem aqui outra nomenclatura: a roda da bicicleta. O modelo é o mesmo e respeita os mesmos princípios de colaboração e de integração de várias áreas que convergem para o mesmo. Tínhamos até os editores que reuniam em mesa redonda, em videochamada com Lisboa, mas não teve sucesso”.

Um dos jornalistas contou-nos que “não há o mesmo empenho para que isto funcione como em Lisboa. Com tão poucos recursos, não conseguimos fazer melhor.” A colaboração na sua forma integrada parecia acarretar mais consequências para o jornalista do que para o grupo, principalmente quando perceberam que os editores passavam demasiado tempo a falar entre si e não com as suas equipas.

### **A redação e as rotinas: reuniões, agenda e fecho**

#### **Dia 2**

Durante a nossa estadia no jornal, o Público ganhou vários prémios relacionados com o seu site e com o lado mais gráfico do site. A equipa do Público recebeu o prémio Navegantes XXI da Associação de Comércio Electrónico e Publicidade Interactiva (ACEPI) na categoria de melhor site de Media Generalista. Não é à toa que a aposta tem sido no site e numa equipa jovem e dinâmica, mas também muito experiente, que consiga promover as visitas ao site e estimular os leitores.

A reunião já tinha começado - todos se reúnem por volta das 10 horas da manhã - e começam cedo a delinear o que vai fazer parte do jornal em papel. Todos os elementos da direcção, à excepção de um que estava de folga, estavam presentes e foram muito intervenientes, sugerindo perspectivas e abordagens para as diferentes secções temáticas. Os outros elementos da mesa eram os editores de várias secções - política, sociedade, ciência e mundo - que anotavam freneticamente o que ainda tinha que resolver naquele dia. Parece haver no jornal uma maior força nas decisões editoriais. Um dos editores debatia-se com a falta de pessoal (adequado, ou seja, especializado naquela área) para tratar uma determinada notícia: “estou pouco preocupado se temos

peçoal ou não. Das duas uma: ou agarras nisso como deve ser, com outra dinâmica, pois não vais dar mais do mesmo, ou então largas” No final, venceu este argumento.

Outra coisa que me surpreendeu foi o contacto com a delegação do Porto. Através de videoconferência, numa das extremidades da sala conseguíamos ver um jornalista que escutava - e dava também o seu contributo - o decorrer da reunião. A esta jornalista foi-lhe pedido outros trabalhos a partir da delegação do Norte. O contributo da delegação do Porto é francamente maior, hoje com a presença da economia e política em paralelo com a redação de Lisboa: “achas que consegues isso hoje? Quem tens contigo a trabalhar?”, questionava um dos diretores adjuntos. “Liga-me daqui a pouco e diz-me o que tens”, insistia. Quando surgiu a referência a tratar um tema um pouco mais complexo foi muitas vezes referida a falta de pessoal na sessão. Alguns dos editores presentes mostraram alguma preocupação com a capacidade de execução do que estava a ser pedido, principalmente por falta de pessoal. Um dos editores referiu mesmo que o que antes era feito por 3 jornalistas de uma área agora estava cingido a uma, mas isso não mereceu qualquer comentário por parte dos elementos da direção presentes na sala.

Um ponto interessante: poderá aqui registar-se a convergência territorial que queríamos comprovar? Até que ponto são feitas as convergências com outros pontos do país?

Um elemento que não nos passou despercebido foi um adjunto da direção. Este elemento tinha à sua frente um mapa das páginas do jornal e à medida que a reunião ia decorrendo esse elemento ia determinando a quantidade de páginas que cada editor teria e a inserção de publicidade: “esta pessoa está connosco há muitos, muitos anos. Ela determina quantas páginas vamos ter, as que vamos ter que prescindir até ao final do dia...ela é a verdadeira diretora do jornal”, dizia o jornalista em tom de brincadeira.

Depois da reunião terminada, os elementos da direção ficaram reunidos na sala a decidir o que seria o editorial do dia, que faz parte das suas responsabilidades. No final do dia haveria outra reunião só entre a direção e o editor do fecho. Infelizmente não foi possível assistir à reunião de fecho de capa. A diretora estava ausente e a reunião foi conduzida pelos restantes elementos da direção. Amanhã retomaremos o contacto para tentar perceber como funciona a dinâmica desta reunião.

A grande diferença em relação ao Diário de Notícias é que é mais centrada nas decisões dos elementos da direção. Apenas conta com a presença de um editor de fecho,

limitando as opções editoriais a um círculo menor de pessoas, mas não necessariamente pior. O que acontecia no DN é que as decisões finais de manchete eram, no final, tomadas também pelos elementos da direção, mas não sem antes auscultar os principais editores das variadas secções.

## **Dia 2**

A reunião da manhã mais uma vez começa perto das 10h. Um dos elementos da direção já lá está, juntamente com a adjunta da direção com o telefone sempre à mão e a ligar a todos os editores que ainda não estão presentes. Com a chegada da diretora são poucos os que se demoram e em pouco tempo a sala compõe-se e dá-se início à reunião. Um dos elementos faz uma síntese informativa das principais notícias dos outros jornais, uma espécie de revista de imprensa. Ou seja, antes da reunião há essa preocupação com a leitura de todos os concorrentes do jornal para saber se há alguma novidade que não tenha sido trabalhada pelo jornal. No final, o elemento da direção perguntou à diretora: “há algo que queiras acrescentar?” Ela tinha a resposta preparada: “queria apenas destacar as magnólias que hoje que ocupam dois espaços distintos ( ou seja, 4 páginas no total) e dizer que o seu sucesso já se faz notar. Recebi vários telefonemas e a recepção nos leitores parece-me francamente muito positiva. Este ainda é um espaço nobre do jornal e temos que dar os parabéns por este trabalho”, enfatizou.

As magnólias, como mais tarde viríamos a perceber, são um espaço nobre do jornal onde há espaço para um jornalismo de investigação que não há registo em mais nenhum outro diário generalista nacional. A reunião continuou com alguns comentários sobre o que saiu nos restantes jornais e destacaram uma cobertura sobre um facto político que mais ninguém fez. Curiosamente, a editora do online tinha comentado, no dia anterior, sobre a possibilidade de se vir a fazer qualquer coisa sobre isto. Quando a questioneei porque não foi feito disse-me: “o papel não quis agarrar”, lamentou.

Os editores do online habitualmente marcam presença na reunião, mas hoje isso não foi possível por estarem dois elementos ausentes. Como tal, o elemento encarregue de acompanhar o online não se pode afastar do seu posto, nem mesmo a tempo para uma reunião. Curioso também é que mesmo na hora de almoço este elemento certifica-se que há sempre alguém a acompanhar o site e não baixam a guarda. O olhar clínico para o site é constante.

Uma nota positiva a ser destacada na reunião foi de uma notícia dada pelo Público que mais ninguém deu: “o caso era do conhecimento de todos pois foi enviado um email a todas as redações e só este jornal pegou nesta história. Foi manchete de capa e teve também um grande sucesso para o dia do jornal. Só no site já contava com um total de 122 comentários e ainda estamos no início da manhã. Este é o bom jornalismo”, conta com alegria uma das jornalistas.

Há algumas coisas que diferenciam estas reuniões de outras que assistimos: uma delas é a preocupação com a execução de trabalhos de infografia e multimédia. Outra é a presença de um chefe de serviço para a fotografia ao qual são solicitados vários trabalhos em plena reunião. A máxima é ter sempre fotografias novas e originais. Finalmente, a máxima é ir ao local. Foi referido por um dos editores do Porto: “quero que o jornalista vá ao terreno pois ganha muito mais com isso para o seu trabalho. A esta hora já temos pelo menos duas secções com jornalistas no terreno a trabalhar para trazer temas que estavam a ser preparados para a edição do dia seguinte”, comenta.

Algo que é uma constante preocupação na preparação dos temas são os leitores. Há sempre alguém que refere isso utilizando expressões como “mas o que é o que leitor vai pensar disso” ou “será que o leitor se vai identificar com isso” ou ainda “isso é algo que o leitor quer ver no jornal”. É interessante esta dinâmica porque afinal é para o leitor que o jornal é feito e se essa preocupação não se manifestar pode correr o risco de ser esquecida.

A esta reunião seguiu-se a reunião de planeamento semanal. Sem ser tão incisiva como a anterior, cada sessão foi apontando sugestões do que poderiam fazer manchete para cada dia da semana, incluindo fim-de-semana. Alguns temas já estavam a ser desenvolvidos pelas equipas, outros foram “encomendados” na própria reunião. Os elementos da direcção foram anotando pelo menos uma sugestão para cada dia, sendo que algumas áreas conseguiram fazer mais sugestões. Também com a preocupação com o site, refere um dos diretores adjuntos: “este tema é muito bom para o online”. E argumenta: “visualmente tem muita força especialmente se apostarmos em algo dinâmico”.

Foi ainda abordada a preparação da revista do fim-de-semana. Esta revista está sobre a alçada de duas editoras, numa gestão mais autónoma, mas ainda assim muitas vezes nascem parcerias temáticas que são aproveitadas quer do jornal para a revista, quer da

revista para o jornal. Foi, inclusive, referido que um tema que estava a ser preparado para a revista, e que tinha sido previamente acordado, iria saltar para o online por força da atualidade que colide com a rigidez semanal da edição da revista.

Um fato curioso é que nem o Desporto nem a Cultura assumem presença na reunião. Algo não só curioso como estranho. Segundo um elemento da redação: “isto é algo incompreensível” pois parece que as áreas, há vezes, estão demasiado fechadas em si mesmas. Um olhar de um parceiro que vê os assuntos com uma imparcialidade fora da sua área de especialização poderia resultar num bom contributo para as reuniões”, refere o jornalista da área do desporto.

Não é só a falta de presença nas reuniões que lamenta. Lembra que não há muito tempo os jornalistas da sua secção estavam muito tempo no terreno sempre a sair e isso agora não acontece com tanta frequência e é uma pena. Mas a tecnologia facilita muita coisa que antes não existia, mas “prende o jornalista à mesa, à cadeira e ao computador”.

### **Dia 3**

Em pleno dia de observação o Público, e muito provavelmente todos os outros, fervilham com uma notícia de última hora: um dos ministros mais controversos do governo iria demitir-se. Mais à frente este dia será relatado ao pormenor, mas perante uma notícia tão imprevista ainda há rotinas a respeitar. E uma das primeiras coisas que a redação faz é reunir. A reunião começa com um objectivo: replanear o jornal. São várias as áreas envolvidas e que precisam de ser ajustadas face a esta notícia. São programadas as fotografias que provavelmente irão sair. Um dos elementos da direcção já recolheu com a sessão de política todos os textos que estão a ser preparados para a edição do jornal do dia seguinte e já fez um esquema de como serão organizadas. O aumento de páginas no jornal “é inevitável” e todos os elementos concordam com essa decisão. A paginação obviamente sofrerá as alterações necessárias para dar resposta a este novo enquadramento e o plano tenta ser o mais detalhado possível. As sugestões das notícias vão ao encontro do que está a acontecer, mas não deixam de lado a opção de lançarem nomes para os possíveis sucessores de Miguel Relvas, tentando assim antecipar cenários que possam decorrer perto da hora de fecho.

### **Dia 4**

Foi importante no dia de hoje continuar a ter acesso às reuniões de planeamento que se foram sucedendo. Ontem o caso político do Miguel Relvas ocupou a redação. Hoje com a decisão do Tribunal Constitucional a horas de ser divulgada, a direção achou melhor reunir com as áreas envolvidas e tentar planear o que iria ser feito para o jornal. Mas não só. Também o editor do online foi chamado à reunião para tentar evitar a sobrecarga de informação e o trabalho mais desorganizado. Em ligação com o Porto a reunião começou por traçar um plano para o jornal em papel. As áreas da política e da economia, que nesta jornada vão trabalhar lado a lado, discutiram qual seria a melhor abordagem de conteúdo e na organização das páginas do jornal. O Público terá 8 páginas dedicadas a estas secções, por tantas decisões estarem dependentes do desfecho do Tribunal Constitucional. Em cima da mesa ficou também a necessidade de apostar nas infografias como base de partida para muitos artigos. Ontem, já uma jornalista havia recolhido uma série de dados que foram aproveitados para o online. Com base nisso, foram dadas indicações para a elaboração de duas infografias: “já temos os planos para os comentários?”, diz um dos diretores adjuntos. “Sim, os comentários e os convidados não foram esquecidos. Está tudo planeado. Este planeamento que saltou do dia anterior todos à volta da mesa já conseguiam perceber que tipos de conteúdos iriam fazer parte do papel”, acrescentou.

Uma vez chegados ao planeamento do online ficou estabelecido desde o início que era fundamental estabelecer quem faz o quê para evitar “falhas de comunicação”. O editor quis primeiro saber como iria fazer o arranque: “quem vai arrancar assim que tivermos a decisão? É que a margem é muito curta, apenas temos 10 a 15 minutos”, questiona o jornalista do online. A jornalista da área política defende prontamente: “nós podemos enviar-te o texto a anunciar a mediada e mais tarde pode ser convertido em texto principal e crescendo à medida que os fundamentos da decisão fossem sendo cuidadosamente analisados.” O editor do online ainda tinha algo a dizer: “sim, mas depois ainda temos que ter espaço para as reações de membros ligados aos partidos, que seriam um outro grau de publicação online, pois surgiriam de forma autonomizada. E num terceiro nível, um espaço para os principais números a serem revelados”, remata o editor online.

Este plano foi aceite. O editor explicou que a janela de tempo que teria para fazer a divulgação da decisão apenas precisaria de uma fotografia, um título, um lead e um parágrafo para poderem enviar o aviso Voda e SMS/MMS. Foi pensado também, a par

do jornal em papel, uma sessão para comentários: “este comentário tem que entrar no site dentro da primeira hora!”, referiu o editor do online.

“Isso não será bem assim. É preciso pensar nisto com algum cuidado. A decisão vai ter muitos pormenores e um alto grau de complexidade. A leitura do resultado do Tribunal não será de fácil leitura e poderá exigir muita reflexão”, alertou a editora de Política.

Ainda que as exigências do online sejam sempre uma corrida contra o tempo, o segmento da opinião deve ser o mais cuidadoso possível, mesmo que demore mais tempo. Ficou decidido na reunião que quem faria o segmento da opinião seria um dos diretores e o do Porto ficaria responsável pelo Editorial. Ainda assim, a diretora executiva online, atenta ao que já foi publicado nos outros jornais, pediu um comentário em vídeo ao diretor do Porto.

As infografias foram outro foco de atenção. Para o online já há uma produzida (antecipada precisamente no início da semana para hoje) que faz um resumo do que vai acontecer no Tribunal Constitucional. Assim que a decisão se saiba, a área da economia irá transmitir os principais indicadores numéricos para que a infografia acrescente à medida que o site vai sendo atualizado. A decisão ainda não se conhece mas o editor online já chamou para a homepage essa mesma infografia. Neste momento, a infografia que figura na homepage é dinâmica apontando os nomes e imagens dos juízes-conselheiros em 2013 e ao clicar em cada imagem, conseguimos ver no centro um pequeno perfil de cada um com os seguintes indicadores: nome completo, idade, cargo, formação académica e data de início de atividade. No separador da infografia, temos uma outra sessão: como votaram em 2012, com a indicação do voto, a favor ou contra, na primeira e na segunda votação. Ao longo do dia e principalmente depois de se saber a decisão do Tribunal será acrescentado mais um separador, com as decisões e os votos de cada indicado: “vamos elaborar uma infografia semelhante a esta do site mas para a versão em papel do jornal, com as principais medidas e o que foi aprovado, com uma espécie de *checklist* para que a visualização seja mais fácil para um assunto que tem tanto de implicações políticas, como económicas”, refere o jornalista sentado ao lado do infográfico.

O editor do online faz as últimas recomendações para os vários editores das secções, incluindo o editor de plataformas. Faz as simulações em back office para ter a certeza que tudo corre como planeado. Dá também todas as orientações para o fim-de-semana

fazendo um recorte por todo o jornal Público, pois provavelmente vão estar poucas pessoas na redação para assegurar o online.

## **Dia-a-dia na redação**

### **Dia 2**

O dia começa de forma difícil para a secção do online. Esta semana é atípica pois algumas pessoas que estão sentadas nesta secção todos os dias, encontram-se ausentes. E quando cá estão há mais tempo para fazer tudo o que é suposto fazer. Um dos editores do online conta: “normalmente quando chego todos os dias folheio os jornais para perceber que histórias foram publicadas e muitas vezes na busca de notícias com potencial para serem desenvolvidas pela redação. Hoje não tive tempo para me dedicar a essa tarefa, que a longo prazo, se revela muito eficaz e produtiva.” E continua: “conseguem-se boas histórias com este processo. Além disso, se tiver mais pessoas a trabalhar tenho tempo para planear o online, em vez de ir publicando o que me vai chegando de cada secção”, diz a editora.

Por isso, muito do trabalho que faz é logo bem cedo pela manhã, quando não há ninguém na redação: “só hoje já tinha redigido 5 notícias. Num dia normal, até á hora de saída, podes escrever entre 2 a três o dia todo. Admite que, por falta de tempo, estas notícias não têm grande profundidade: “todos sabem: muitas vezes as notícias são traduções de telex que chegam das agências”, mas que não podem ficar fora do site só porque não há pessoa para desenvolver essa notícia. Isso é feito depois.

Depois da hora de almoço e à medida que o dia avança, sente-se uma mudança no ambiente da redação. E os jornalistas também se começam a concentrar mais no jornal em papel. Não há muita disponibilidade para responder a grandes questões e há, ainda que seja o primeiro dia, um maior distanciamento para deixar acompanhar o trabalho que fazem. Um dos editores sentado à minha frente diz que: “o jornalismo é um laboratório permanente e que acorda quando o país ainda dorme”, conta. “Não tenho muito tempo para dormir e estou sempre vigilante do que acontece”.

Durante a tarde viu no back office uma noticia para o online que não era suficientemente clara e ligou de imediato ao jornalista explicando que a clareza é determinante e que cuidados deve ter ao escrever para o online. Chama-lhe “Formação

em local de trabalho”. Frequentemente outros jornalistas se socorriam da sua experiência para melhorar os seus trabalhos.

Muito embora as secções sejam responsáveis por escrever os textos do online, os editores têm sempre que editar e rever tudo o que foi escrito, para de seguida publicar. Mas em dias como o de hoje, os editores estão na posição que têm mesmo que “colocar mãos ao trabalho” e escrever as notícias para o site: “eu tenho um bom olho para as notícias que vão dar muitas visualizações”, diz para a editora da frente.

É frequente chegar de manhã e arrancar com temáticas que foram divulgadas durante a madrugada já sabendo de antemão que aquela notícia vai ser muito procurada. O editor sabe também o que é que o público mais gosta de ler e não esconde que dá desenvolvimento a muitas notícias que sabe que têm mais potencial de serem vistas. Uma dessas notícias só durante a manhã teve cerca de 2 mil partilhas.

Hoje, enquanto edita as notícias que lhe vão chegando, depara-se com um texto feito por um dos estagiários. De imediato dá-lhe orientações para a revisão do texto, para que ele aprenda com essa mesma revisão, mas ao mesmo tempo já corrige o que lhe foi entregue pois a notícia para o site simplesmente não pode esperar. Pouco tempo depois é absorvido por várias indicações da área da política. A editora da secção está a seu lado:

“(X) isto vai ser chamado para o destaque e podes usar esta informação em hiperligação. Já sabes qual a fotografia que vai ser usada?”

“Ainda não, tenho que ver isso com a fotografia”, responde.

“Então assim que tiveres essa informação, fala com a (Y). Preciso de ter tudo comigo. Ah, e não te esqueças de me dizer o que vai para o site e o que vais desenvolver durante a manhã. Do Parlamento ela envia-te o restante.” O editor parece não ter braços suficientes para tanto trabalho, mas o site é sempre a prioridade e está em sintonia com as áreas.

### **Dia 3**

Durante este dia de observação tivemos a sorte de assistir a um momento mediático da política portuguesa com o anúncio da demissão do ministro Miguel Relvas. Este episódio foi muito positivo para a nossa observação pois conseguimos perceber como a

redação funciona em pressão e como o online trabalha, especialmente em dias em que as notícias de última hora caem no jornal e tudo muda por causa disso. Este é o jornalismo online que precisávamos de ver.

O anúncio começou por aparecer em rodapé numa das televisões e logo transitou para os principais diários generalistas. A redação online do Público, ao perceber isto, teve como principal preocupação a publicação, mas não sem antes terem qualquer tipo de confirmação oficial. Fizemos a observação do que ia acontecendo nos outros jornais e mais nenhum teve essa preocupação, prevalecendo apenas a rapidez na publicação. E o que aconteceu foi isso mesmo: o Público demorou um pouco mais a publicar no site, mas no Facebook a publicação foi quase imediata. O editor online chamou o gestor de redes e gritou-lhe: “publica, Miguel Relvas pede demissão”. No momento que isso aconteceu já tinham mais de 135 comentários de seguidores.

Entretanto, à medida que todos na redação iam percebendo o que estava a acontecer muitos foram os que se juntaram à mesa do editor e da diretora do online. Claramente os ânimos começaram a exaltar-se, mas o diretor adjunto manteve a calma e disse: “a prioridade é não só dar a notícia primeira, mas dá-la da forma mais completa que conseguirem”, apontando para a mesa dos editores do Online. Entretanto, os elementos da direção reuniram junto da mesa do online e muitos outros jornalistas se juntaram para dar a sua opinião. Até os jornalistas do Desporto dão o seu contributo, chamando a atenção para alguns pormenores menos corretos que estavam a ser publicados no site. No meio da confusão, apontam-se nomes para conseguir confirmar a notícia e os telefonemas chovem para a redação.

“Liga para o (B) e vê se ele conseguiu a confirmação”, diz o editor online.

“Não vamos publicar sem confirmação, aguarda, aguarda!”, diz outro diretor adjunto.

Enquanto isso o editor já escreve a notícia para o site, lança o título e caixa da notícia em desenvolvimento a dizer “em atualização” e outra barra que diz “última hora” e com uma rapidez impressionante, vai preenchendo espaços. Primeiro o lead, depois o núcleo da notícia, enquanto lhe chega a confirmação oficial e já isso pode ser acrescentado também. Um ponto a destacar: um dos elementos da direção chama a atenção que a notícia deve começar pelo destaque dado pelo Público no dia anterior, alertando para a possibilidade disto acontecer, determinando um tom em toda a notícia que o Público

esteve sempre a acompanhar o que estava a acontecer. Ao mesmo tempo que o jornalista redige e publica, seleciona as opções de SMS/MMS e VODA BOMBA, que são alertas de serviços para subscritores, mas que só funcionam se associados a fotografias.

A notícia é escrita sem esquecer as tão necessárias hiperligações a textos já publicados, na versão impressa e na versão online, de forma a completar a notícia principal o mais e melhor possível. Seguiu-se os devidos destaque na homepage. Depois da notícia, ou a primeira versão dela, porque à medida que os minutos iam avançando ia-se sempre melhorando mais um pouco, mais precisos, mais minuciosos, o editor gritou novamente para as redes sociais: “já tens uma notícia” e o gestor de comunidades logo procedeu à partilha do conteúdo. Assim que esta notícia apareceu no site, os números de visitantes iam aumentando. De 8853 em cinco minutos cresceu para 10980 visitantes. Notou-se uma grande afluência de leitores ao site assim que as primeiras confirmações oficiais saíram. E em 10 minutos de publicação da notícia no site, mais de 500 partilhas e mais de 290 comentários nos primeiros 5 minutos.

Tamanha era a massa de pessoas em torno do digital que um dos jornalistas de uma área paralela ao passar perguntou: “isto é tudo Relvas?”, e era mesmo. Apesar de tudo, as decisões continuavam a cargo do editor online e da diretora executiva online, sempre atentos e de olho clínico no que ia acontecendo.

Depois da primeira vaga, é tempo dos melhoramentos e acertos.

-“Atenção, troca a manchete do site (X) e a fotografia também tem que ser alterada!”

- “Já está feito”, responde o editor do Online. “E a mancha?”

- “Escolhe uma central e um destaque para a Política com o título e dois links mais abaixo”, acrescenta.

O próprio software permite que o editor escolha os diferentes tamanhos (colunas e espaços de fotografia X por X) da manchete que vai publicar. A secção de política vai vertendo mais pormenores para o editor online e ele vai aproveitando isso para constante atualização, com novos destaques, mudando títulos e lead. É um autêntico frenesim, mas a verdade é que o online traz um novo fôlego ao jornal e, porque não admiti-lo, ao jornalismo em geral.

A primeira opção fotográfica foi uma imagem de arquivo, mas em menos de 10 minutos conseguiram uma fotografia do último ato público do ministro que publicaram de imediato. Já a pensa no jornal em papel um dos elementos da direção sugere: “(Y) começa a completar o texto com comentários que já chegaram à redação e “pica dos outros [meios de comunicação social].”

A área de Multimédia também começa a arrancar. A equipa tem uma parceria com a TVI para a publicação de vídeos que costumam puxar para a área de Multimédia. A parceria com a TVI pois confere ao site outra dinâmica e é muito fácil para os editores trabalharem com este tipo de informação. Normalmente os vídeos disponibilizados já não precisam de edição e apenas é preciso associar à notícia. É possível também colocar o frame correspondente ao vídeo e transformá-lo numa fotografia para depois aceder ao vídeo. Processos facilitadores que fazem fervilhar o site. O editor está em contacto com a televisão para saber se vão libertar algum vídeo do ministro Miguel Relvas: “provavelmente vão libertar uma compilação dos momentos mais históricos do ministro”, afirma para a ilha do online. Em paralelo, começa a preparar uma foto-galeria com as imagens em banco que dispõe para ser adicionada ao site.

- “E adicionar um comentário ao vídeo?”, pergunta o editor de Multimédia.

- “É melhor não. Já temos a reação por escrito e vamos manter o plano. Talvez mais tarde”, comentou um dos elementos da direção.

Assim que a galeria fotográfica fica pronta é adicionada ao destaque da área da política. Também um profissional de Web design ainda vem dar algumas indicações que permitem melhorar a apresentação de algumas notícias e explica ao editor diretamente como pode proceder às modificações. São questões meramente de funcionalidade do site e de organização de back office. Entretanto, no meio da agitação as áreas confundem-se. Uma das jornalistas da área de política dirige-se a passo acelerado à ilha do online:

- “Afinal quem é que está a fazer o quê? Decide-te. Ou coloco a Y a escrever o texto ou és tu que o fazes. Agora os dois ao mesmo tempo é que não pode ser”, gritou. A editora de política referia-se ao facto da jornalista estar no local e estar a ser solicitada a sua intervenção para o papel e para o online. Uma vez que a jornalista está no local seria impossível para ela estar atenta à conferência de imprensa e ao mesmo tempo publicar

para o site. Mas também não era esse o objectivo. A função do editor online às vezes ainda não parece assumir-se de forma clara na cabeça de alguns jornalistas. Não percebem que a rapidez aqui é mais importante e que o aprofundamento será posterior à publicação urgente no site. Mas a diretora online esclareceu logo tudo o que afinal era apenas uma falha na comunicação.

Discutem-se e afinam-se estratégias de publicação de várias notícias no online, a partir de vários ângulos, recuperando informações já dadas e indo buscar elementos de contexto que vão ser necessários para os leitores. Falta agora, que passou a agitação inicial, pensar no que se vai fazer na versão em papel.

Pede-se silêncio para um momento que vai marcar o dia: a conferência de imprensa. As televisões estão todas ligadas com o volume no máximo. Nunca se fez tanto silêncio como agora. Todos os jornalistas se encontram junto às televisões de ouvidos colados e mãos no telemóvel tomando notas e encaixando tudo o que está a ser dito e a tentar perceber qual será o desfecho desta história: “coloca esse vídeo na primeira página” diz a diretora online para o editor Multimédia, referindo-se ao vídeo da conferência de imprensa. O vídeo resulta da parceria com a TVI e é puxado também para a secção de Multimédia do site.

Entretanto, a edição em papel já está a ser preparada face a este acontecimento. Um fotógrafo é imediatamente enviado para a conferência de imprensa marcada em cima da hora. Enquanto isso os elementos da direcção tentam reorganizar as páginas do jornal pois tudo indica que vai ser maior do que se previa numa reunião extraordinária: “agora é preciso tomar decisões rápidas” diz enquanto se encaminha para a sala de reuniões e fecha a porta atrás de si. A ligação ao Porto por videoconferência a outros dos elementos da direcção é feita de imediato, enquanto esperamos que o terceiro elemento chegue. A hora que se segue é crítica. Um dos elementos da direcção corre literalmente pelo jornal para conseguir fechar tudo a tempo. O fecho deverá ocorrer entre as 22h e as 23h, fruto destas modificações de última hora.

Entretanto, o online continua a apostar em dar notícias de última hora e apresentou os últimos desenvolvimentos que liga agora a Universidade que causou tanta polémica. Mais nenhum jornal avança com a informação, que certamente depois de publicada no site não será exclusiva por muito mais tempo. Mas o Público deu primeiro e com fontes principais.

#### **Dia 4**

O dia para o departamento do online começa de forma frenética, quase como terminou ontem. O dia é de debate na assembleia e depois de uma viragem política tão grande como a que aconteceu ontem, espera-se um dia bastante atarefado. Todas as televisões estão ligadas em direto do parlamento e a sessão de política vai dando manchetes para o site.

Um dos editores online faz o acompanhamento dos possíveis títulos para o site e vai colocando na página. Em link, a transmissão em direto do debate. Os próprios estagiários vão dando o seu contributo desde manhã cedo ajudando a preparar as constantes entradas no site. O editor afirma mesmo: “não ponhas nada da Lusa que não vale a pena”. Mas a falta de jornalistas já se faz sentir. Na véspera do Presidente da República visitar a Madeira um dos diretores adjuntos anuncia a um dos editores da tarde:

“X prepara-te pois provavelmente vais ter de viajar ainda hoje para acompanhar isto do Presidente”, refere. Isto deixa a equipa desfalcada para o turno da noite, mas parecem querer sacrificar o site se assim for necessário. Assustador é perceber como o jornal funciona com tão poucos jornalistas e, a julgar pelo que vemos hoje, se acontecer algo fora do normal muito provavelmente esta equipa não conseguiria fazer um bom trabalho.

Até o diretor adjunto já trabalha em back office para facilitar alguns processos do dia e diminuir a carga de trabalhos da equipa do online. Dizem em tom de brincadeira: “isto é que é a verdadeira integração quando um diretor adjunto já escreve diretamente no back office”.

Durante a parte da tarde já se fazem os preparativos para várias saídas de jornalistas que acompanham as notícias do final do dia. Um dos editores dá indicações ao editor da tarde que irão ter diferentes jornalistas em vários pontos que já sabem que terão que assegurar conteúdos para o site. Também é pedido à equipa de infográficos que comece a esboçar um conteúdo para alojar entre o dia de hoje e amanhã um infográfico da visita do Presidente à Madeira, revelando um cuidado estratégico no planeamento dos conteúdos online. O pedido foi feito por um dos editores online, o mesmo que irá acompanhar a visita do Presidente à ilha.

O editor online que acompanhará o Presidente na visita à Madeira, hoje e sozinho, desdobra-se para conseguir fazer tudo o que vai chegando: “são manchetes atrás de manchetes” comenta com a investigadora e sozinho, parece cair tudo em cima dele. Mesmo assim, nota-se muita troca da parte da redação que constrói os textos e envia ao editor: “não consigo publicar sem dar uma olhada e ver se está tudo bem”. Caso contrário, o seu trabalho passaria do difícil para o impossível.

Ao mesmo tempo publica nas redes sociais, à falta de mais pessoas que o possam fazer. A página do público, no Facebook, está a ser alimentada pelo editor online praticamente de forma isolada. Há, comparativamente ao tempo que passámos cá, um decréscimo de publicação nas redes sociais e provavelmente um menor controlo dos comentários já que o gestor de comunidades se encontra também ausente. Enquanto vai acompanhar a visita irá produzir os conteúdos para o site e para a versão em papel. Ainda não sabe as condições técnicas do local: “de uma forma ou de outra tudo se faz. se tiver condições pode publicar no back office tal como se estivesse na redação. Se tal não for possível, irá publicar a partir de troca de emails ou até telefone”, comenta. É a experiência e o seu cabelo grisalho que não lhe escondem o rasgo nem a determinação. Quando lhe perguntei sobre os elementos multimédia disse: “tal não vai ser possível porque foi tudo decidido em cima da hora e não foi possível agendar com um repórter fotográfico. Teremos que nos cingir ao repórter fotográfico da presidência, que nos garante a qualidade do trabalho, ainda que, sob uma perspectiva mais presidencial” pois “muita coisa acontece nesse espaço de tempo que já não pode ir para o jornal em papel, mas tem espaço para entrar no site”. Está habituado a fazer várias coisas ao mesmo tempo. Nega título a jornalistas: “jornalista polivalente? Duvido que alguma vez tenha existido. Mas confesso que gosto de ficar na redação sempre até tarde, e saber o que está a acontecer no mundo, mas mesmo quando chego a casa não largo o site até às duas da manhã”.

Acha que é injusto e desprestigiante para o fotojornalista ver o seu trabalho reduzido a uma fotografia de telemóvel a não casos mesmo excepcionais. Ele sabe tirar fotografias, mas isso não faz dele um especialista. Mas é inegável que é um jornalista versátil e com grande capacidade de adaptação. Durante a visita ele estará a produzir para as duas plataformas – papel e online – e é algo que não é novo e já fez várias vezes no passado. Lembra quando foi para a comemoração da independência de Timor e teve que “produzir para a revista, para o site e para o papel, tudo conteúdos diferentes para

diferentes públicos, sobre o mesmo assunto”. E rematou: “sei que muitos jornalistas se queixam do excesso de trabalho que é escrever para o papel e para o online. Para mim é mais fácil produzir durante todo o dia para o site e no final desse dia ter que produzir para o papel, porque já temos a informação toda”.

### **Dia 5 e 6**

O dia de hoje será certamente pautado pela visita do Presidente à Madeira, mas o que caberá ao editor que está a acompanhar a visita produzir os textos. Estão previstos pelo menos dois textos para o dia de hoje, muito embora o jornalista só chegue à ilha ao final do dia e o Presidente um pouco mais tarde. No entanto, há que ter em conta o factor dos meios técnicos pois poderá condicionar o envio das informações para a redação. Por força da ausência deste editor o trabalho da manhã é coordenado apenas por uma editora. Mas, a vantagem desta redação é que com frequência os restantes jornalistas contribuem com conteúdos noticiosos.

Mesmo a meio da tarde o jornal está um pouco vazio, mas o dia de hoje culmina com folgas de muitos jornalistas. O editor online continua a receber chamadas e a correr para várias secções para conseguir publicar tudo a tempo. Nos comentários os leitores não perdoam gralhas e claramente nota-se a ausência de mediação de comentários, quando se lê posts sem sentido ou insultuosos.

### **Dia 7**

Um dos trabalhos a ocupar a tarde da redação é a moção de censura apresentada no Parlamento. Como tal, os meios foram prontamente acionados. No site começava-se os preparativos para a transmissão em direto do canal Parlamento. Como tal, a sala que faz o redireccionamento do sinal do canal para o site começou a ser preparada pela editora online, para que quando o debate começasse tudo estivesse a postos. Quando faltavam quatro minutos para o início do debate: “publica o link para podermos ver o debate no site”, orientou a editora online. Note-se também que o jornal Público é o único jornal a transmitir na sua página o debate no Parlamento. Os restantes jornais fazem apenas atualizações em texto sobre o que está a ser dito pelos deputados. No Facebook também se publica o link para o debate e os internautas reagem. A secção de política começou a acompanhar o debate. Têm uma jornalista na redação que está a fazer não só o acompanhamento, mas também a produzir para o site. Têm também uma jornalista no

parlamento que dará uma ajuda na cobertura de todo o debate. Ao mesmo tempo a secção de economia tens os olhos e ouvidos postos no canal de televisão, pois as implicações económicas estão quase sempre relacionadas com este tipo de debates políticos. As indicações vão para ambas as equipas: “vão mudando os títulos com frequência. Quero informação renovada”, diz a diretora para a equipa da política e do online.

Hoje a secção da sociedade também tem notícias para destacar na homepage e, por isso, durante a tarde, pede à editora online para puxar os vídeos que a TVI disponibilizou, pois já havia um texto pronto de uma jornalista da sua secção. Enquanto isso, e em paralelo, a diretora para o online está constantemente em diálogo com o gestor de comunidades para puxar assuntos para o Facebook e aquilo que potencialmente terá a atenção dos internautas.

Ainda na visita do Presidente às ilhas, o jornalista que acompanha a visita enviou durante a madrugada um texto da chegada de Cavaco Silva à ilha. As fotografias são de arquivo, como se esperava, mas não está acompanhado de repórter fotográfico, enquanto outros jornais conseguiram imagens (o Jornal de Notícias e o Diário de Notícias que “partilham” a Global Imagens), provavelmente por se fazerem acompanhar de um. Junto à peça central, mais quatro links, também com texto e fotografia. Espera-se que durante o dia vá publicando ou pelo menos fornecendo conteúdos para o site e, claro, para o papel.

Ele não tem meios para trabalhar. No local não há rede de telemóvel já para não falar em acesso à Internet. Ontem conseguiu enviar por email o seu texto, com a ajuda de um outro jornalista de rádio, no local, que tinha meios próprios. Só durante a tarde conseguiu ligar para um dos editores online através de um telemóvel de um dos assessores do Presidente. As dificuldades de comunicação são grandes, mas o jornalista é bastante experiente e sabe como contornar este tipo de problemas.

## **Dia 10**

Um trabalho interessante foi feito no desporto durante a temporada do Tour de França. O desporto tem um separador inteiramente dedicado à modalidade que além de incluir as mais recentes notícias do Tour, tem um trabalho de infografia notável. No topo mais à direita podemos encontrar separadores que mostram os percursos em imagem,

assinalando as diferentes rotas. Mais abaixo um infográfico que permite visitar todas as etapas (anteriores e atual), ilustrando o percurso, picos e prémios de montanha e finalmente as classificações. Na continuação desses separadores, podemos encontrar ainda um trabalho exaustivo sobre portugueses na volta, com vídeos e fotogalerias com um retrato fiel dos nomes portugueses no Tour. Segue-se um registo histórico da comemoração dos 100 anos da volta, com uma linha temporal e um percurso em imagens que assinalam o centenário. Segue-se mais um infográfico com os principais números da volta, desde o número de corredores, aos quilómetros percorrer.

E no final um passatempo: na troca de um registo no site habilitam-se a ganhar uma bicicleta. A missão de aumentar as inscrições no site do Público continua a estar presente, até em algo relacionado com uma área que não tem tanta visibilidade no jornal, como é o caso do Desporto. O registo do site foi uma missão declarada pela diretora executiva online logo no início do nosso encontro, fruto da aposta que o jornal também está a fazer no site. Aumentar o número de registos não só torna mais viável o modelo de negócio, como cria e potencia a aproximação ao leitor: saber quem ele é, o que gosta e o que não gosta, para melhor direcionar o produto Público aos seus gostos. Ao lado deste passatempo, outro passatempo de frases criativas. Colocam também a escolha do dia que será partilhada não só no site, mas também no Twitter e no Facebook. Para o fazer o leitor também terá que se registar ou iniciar a sessão. Reforçamos a palavra “gratuitamente”, pois muitos leitores ainda encaram o registo como algo que suporte custos adicionais. Na verdade, o registo apenas dá a conhecer ao jornal quem é o nome por detrás do comentário, quais as suas preferências e o que é que ele espera do jornal.

A centésima edição do Tour teve uma atenção especial por parte da equipa de desporto e de técnicos do jornal. Por se tratar de uma data assinalável, comemorou-se o centésimos aniversário do Tour, resolveram dar um especial destaque ao evento desportivo. Contou-nos um dos jornalistas desportivos: “fizemos este trabalho porque a nível internacional não havia nada de grande relevo – em termos futebolísticos nem mundiais ou europeus – e optámos por fazer um trabalho maior”, refere sem grande entusiasmo. A durabilidade da própria prova - um mês - permitia fazer algo mais abrangente e com vários recursos.

Reuniram-se então as equipas de Web design, com alguns gráficos e técnicos de informáticos com o objectivo de criar a página Web que ficaria alojada à principal do Público. A ideia era criar algo muito simples, que não necessitasse de muitas transformações “e de fácil acesso para que a atualização de conteúdo decorresse sem grandes problemas”. Quiseram incluir também os leitores, daí terem criado o concurso pela bicicleta - não foi dito, mas o objectivo maior seria certamente reunir mais registos - e a frase do dia. O jornalista revelou que infelizmente o concurso não teve tanta aceitação como era esperada e o investimento publicitário também diminuiu por força disso.

Grande parte dos textos foi feita por um estagiário que tinha um grande conhecimento sobre a modalidade, mas que já tinha terminado o período de estágio quando falamos com os jornalistas de desporto. Já o acompanhamento diário da etapa era feito por um dos jornalistas da redação entre o Porto e Lisboa.

Com o auxílio da iniciativa Público +, contrataram uma jornalista especializada na matéria que todos os dias contribuía para a rubrica “história do Tour”: “é uma antiga colaboradora que ficou responsável pela redação da história à margem do Tour e da competição, histórias que poucos conhecem e de profundidade. Os seus textos são primeiro publicados na edição em papel e nesse mesmo dia – por volta das 12h – aproveitados para o site”, conta um dos jornalistas da secção.

Quanto aos dados e as classificações o sistema é semelhante ao usado no futebol, com uma empresa externa a fornecer os dados da competição, que depois são alojados no site. Registe-se que com a vitória do Rui Costa acrescentaram declarações do atleta, um mini perfil e uma peça da altura em que começou a treinar no Quénia. A secção de desporto pouco contribuiu para o desenvolvimento desta iniciativa. Parece dar o seu contributo quase de forma mecânica, menos quando se trata de futebol.

## **Dia 14**

A segunda semana de observação começa com uma limitação: muitos jornalistas estão de férias e de manhã a redação está praticamente vazia. Apenas um dos editores online ocupa a mesa do online e à tarde chegará outro dos editores. A redação está silenciosa e tranquila. Quase que não é preciso pedir silêncio, ele acontece.

O final de tarde é sempre um período complicado para grande parte das secções do jornal. A maior parte aproveita este horário para se dedicar praticamente em exclusivo à edição em papel, a maior parte das vezes, depois de ter concentrado a sua atenção na produção de conteúdos para o site. Perto das 18h30 uma das jornalistas da área de economia avisa o editor do online que já colocou os textos em back office, com as devidas ligações e só lhe pede para olhar para o texto e avisa “agora vou voltar para o papel”.

É notório que a maior parte dos jornalistas faz um esforço por colaborar com o site e essa colaboração não é pontual, é constante ao longo do dia. Uns mais outros menos, é certo, mas a maior parte dos jornalistas contribui para que o site reúna atualidade e notícias com profundidade, em vez de se limitarem a colar texto da agência Lusa.

### **Dia 15**

O dia hoje já começou agitado fruto de um acidente em Espanha. A notícia foi largada para o site há 12 horas e quando chegamos de manhã à redação já uma jornalista da secção internacional – que estava a gozar uma folga - havia viajado para Santiago de Compostela para acompanhar no local, acompanhada por um fotógrafo.

Ontem à noite o editor do online começou por escrever a notícia e foi atualizando toda a informação até às 2 da manhã. À entrada do novo turno, portanto, às 7 da manhã já havia novos dados para trabalhar e a redação de Lisboa tomou conta do desastre em Espanha. Conta a editora online: “hoje a jornalista Y estará o dia todo só com este assunto. A restante equipa está com o site.”, refere. Dividem-se tarefas, reorganizam-se planos e começam-se a delinear estratégias para publicar toda a informação que vai chegando: “fica atento às reações. Pica da Lusa pois já há novidades”, diz uma das jornalistas do online.

Por todo o mundo já se fazem sentir respostas e a equipa de multimédia está atenta aos vídeos e sons que vão sendo disponibilizados um pouco por todos os meios de comunicação internacionais para encaixar cada vez mais dados audiovisuais à notícia original. Há uma grande preocupação não só em atualizar, mas em complementar o texto com elementos e conteúdos noticiosos alternativos.

Na redação fazem-se os preparativos para acompanhar tudo no site, sempre com a preocupação do sinal “em atualização”, para o que chega através da jornalista vá sendo

atualizado: “tenho preparado o mapa original do local do acidente”, avisa o gráfico do seu posto. “E mostra todo o percurso, hora, embate?”, questiona o jornalista do online. “Sim, está tudo pronto é só publicar”, afirma o gráfico. A equipa de infográficos já preparou um mapa original do local do acidente, onde assinala todo o percurso de comboio e a hora do acidente. Esta equipa, sempre que pode, organiza-se para a produção própria em vez da reprodução, nada que já não tivéssemos percebido antes. Durante a hora de almoço percebemos que a equipa já havia produzido um outro infográfico, este sobre os principais acidentes ferroviários desde 1974.

No site do Público há para já uma extensa notícia sobre o acidente, que foi sendo atualizada durante a manhã, com uma fotografia do descarrilamento e um vídeo importado da Agência France Press. No final da página podíamos encontrar ainda um mapa do Google que localiza a zona do acidente (entretanto alterado pela equipa de infografia) e as declarações do presidente Rajoy à Tv Espanhola.

## **Publicar e gerir conteúdos**

### **Dia 1**

Um aspecto da primeira reunião foi o especial destaque às magnólias. As magnólias são um espaço privilegiado do Público. Ocupa duas páginas e com uma cor da paginação em creme, diferente das restantes. Mas o seu conteúdo é o mais surpreendente. Este modelo transitou de um suplemento diário, entretanto extinto, mas que se revelou produtivo ou então este espaço não teria, hoje, a importância que tem. O trabalho que aqui figura é profundo, normalmente não versa propriamente um assunto da atualidade, pois requer alguma investigação e um texto cuidado. Pode encaixar-se no género de reportagem ou entrevista mas o seu objectivo é “dar uma informação mais cuidada e profunda”, disse um dos editores.

Este conteúdo também transita para o site, mas como se trata de um conteúdo exclusivo do Público, é pago. Como aliás acontece com todas as notícias que foram iniciadas ou mais desenvolvidas pelo jornal, acabam por não estar totalmente disponíveis online. Uma estratégia, quer para o papel, quer para o online, que parece ter um bom resultado. O público que queira informação de qualidade quererá pagar por isso? Este modelo parece ter resultado noutros países, mas em Portugal ainda se tem revelado insuficiente.

Ao falarmos com um dos editores do online tentamos perceber se há algum plano para a publicação dos conteúdos no site e rapidamente percebemos que sim. São quatro editores online que se vão alternando nos turnos. Os turnos começam bem cedo, logo às 7 da manhã. O segundo editor chega duas horas depois. A estes dois profissionais recai a responsabilidade de organizar o dia, de perceber o que vai para o site e como vai ser preparado. Diz um dos editores, “é pensado atempadamente com os nossos colegas como é que aquela reportagem pode resultar melhor além do texto. E às vezes isso parte dos editores de cada área também”. Mas são horários muito apertados e há sempre muito trabalho. Além da habitual revista de imprensa, correm todo o jornal e a atualidade das notícias para saber o que vão começar a gerir e como vão começar a publicar.

A publicação dos conteúdos é feita com base na atualidade, seguida de notícias sobre Portugal, Economia e Cultura. E os destaques também são da sua responsabilidade. Referiu que, no fim-de-semana houve uma notícia muito importante, com contornos culturais e políticos de relevo, e para a qual um dos editores foi convidado a estar presente. Por ser um conteúdo com tanta importância, apesar de ter sido trabalhado no fim-de-semana, na segunda-feira ainda se mantinha na primeira página do site. Um dos editores referiu que isso acontecia por se tratar de um assunto muito importante e por ser um assunto do Público. Quando assim é, as opções de destaque nem sempre são lineares e nem sempre são fáceis.

## **Dia 2**

Os editores do online e editores das secções da redação do Público passaram a trabalhar diretamente com o software de gestão de conteúdos, ganhando maior autonomia para ver o que está no papel escolher o que querem destacar e percebendo que nem tudo tem que ir parar ao site. Assim como acontece no papel, tem que haver uma estratégia de proximidade junto do leitor, em vez de simplesmente verter tudo o que é notícia para o site e cruzar os dedos esperando que dê resultado.

Durante a tarde um dos canais de televisão avançou com uma notícia de última hora, uma decisão de um tribunal no Algarve que estava prevista para daí a alguns dias: “liga para o editor de Portugal ou Sociedade e vê se pode preparar alguma coisa para o papel”, diz um dos editores do online. “Não há ninguém”, respondeu um dos jornalistas

da secção. “Então em Faro. E vê se o gajo pode acompanhar a partir do Tribunal”, rematou.

Volvido algum tempo o jornalista informou o editor que o correspondente não estava disponível por se encontrar a realizar um outro trabalho. De imediato o editor online tomou a decisão de acompanhar a partir da redação produzindo para o site e citando a fonte, neste caso o canal de televisão, uma vez que a informação ainda não estava disponível em mais lado nenhum.

Essa é uma das políticas do jornal: citar sempre, mesmo que se trate de um jornal da concorrência. A ética e deontologia também se aprendem no seio da redação e é passada, ou pelo menos tenta-se, aos jovens estagiários. São mais de dez, mas a sua preparação académica é insuficiente. Hoje, um dos editores do online explicava como era importante serem precisos e diretos. Por exemplo, ao identificar uma localidade, têm obrigatoriamente que identificar o concelho, pois poderá acontecer desta localidade poder existir em muitos mais sítios do país: “muitos não respeitam sequer a citação da sua fonte e há falta de humildade em aprender com quem sabe.”

Ao trabalhar para o site os conteúdos convergentes que são usualmente pensados não variam muito. A infografia é algo a que podem recorrer com maior frequência e as galerias fotográficas também. Mas na infografia nem sempre é fácil pois “também são poucas pessoas e o trabalho é muito”. No caso de vídeos, fizeram recentemente alguns, em formato entrevista, que foram previamente agendados com a equipa do Multimédia, responsáveis pela sua produção e edição. Algumas vezes vão lançando inquéritos no site de forma a dinamizar o contacto com o público e é a equipa de desporto que os conceptualiza e realiza: “o jornal e alguns elementos da direcção não olham para esta secção por isso o que muitas vezes acontece é que há erros mas simplesmente ninguém repara...porque ninguém lê”. Em fim-de-semana ou com pessoal reduzido acreditam que “fazem verdadeiros milagres comparativamente a outros diários”, mas que “o que fazem, fazem bem. Com mais pessoas, podia ser muito melhor”.

Já estão a começar a pensar em como podem dinamizar o site para eventos desportivos que se transformam em mega operações. Ocasões como os Jogos Olímpicos ou Campeonato do Mundo, muito provavelmente terão uma dinâmica muito diferente e “já começamos a pensar que tipo de conteúdos alternativos poderá fazer. É só ter a oportunidade para isso”. Pela falta de recursos, este ano não marcarão presença no Rali

de Portugal. Simplesmente não têm pessoas suficientes para assegurar não só a cobertura do evento, mas também para produzir ao mesmo tempo para a secção inteira do desporto.

Além da notícia sobre a decisão do tribunal, durante a tarde surgiu mais uma notícia muito mediática que foi imediatamente vertida para o site. De forma a permitir contextualizar o que está a acontecer, escrever a notícia e saber os contornos do que está a ser noticiado, a prioridade dos editores online é colocar no site o mais rápido possível. A notícia só tem título, lead e uma fotografia que ocupa a margem toda da notícia. Mas na homepage, até para informar o leitor/internauta que a notícia ainda está a ser desenvolvida pela redação, encontra-se uma barra a vermelho a dizer “em atualização”. Revelou-se positivo já que na primeira meia hora de publicação, e ainda que com poucos elementos, mais de 40 partilhas.

#### **Dia 4**

A preparação no site, antes de começar o debate, foi escrever uma notícia anunciando que o debate teria início às 10 da manhã. A atualização do site vai sendo feita de duas formas: há um jornalista na Assembleia a escrever para o site e há uma jornalista de política a fazer o mesmo, dando indicação aos editores do online do que é que vai fazer manchete. Assim que o assunto de Miguel Relvas foi falado, imediatamente foi criada um destaque no site, juntando não só uma imagem da manhã do Parlamento, como diferentes textos secundários que transitaram do dia anterior e claro o acesso vídeo ao debate. Desta forma, o leitor ou o visitante da página consegue ter acesso ao Direto que está a ser escrito para o site e ao mesmo tempo pode visionar o que vai acontecendo na Assembleia. Nas redes sociais, vai-se aproveitando as manchetes do site sempre que há uma novidade. O apelo é para seguir o debate em direto a partir do site do Público.

Seria impensável pedir a outro elemento da direção que continuasse a combinar funções de jornal e de online. Por telefone, dois elementos (um de Lisboa e o do Porto, este último que responsável por redigir o texto opinativo) combinaram rapidamente qual a abordagem a seguir. O elemento de Lisboa assumiu o “comando dos momentos tensos do jornal” enquanto dava espaço para o outro conseguir escrever. Por telefone disse-lhe “isola-te do jornal e escreve”. E foi isso mesmo que aconteceu. Em pouco menos de uma hora já havia o comentário feito e o “timing no online é fundamental, é tudo”.

Com a inclusão deste comentário o site ficou extremamente dinâmico. Há uma identificação por parte do leitor às figuras e “aos rostos do Público”. O diretor considera que é importante fazer a ligação aos rostos e aos nomes de quem escreve para o jornal. E esta política de dar a conhecer quem faz o quê só serviu para aproveitar ainda melhor esse aspecto. Em pouco tempo, a opinião que já circulava na Web conseguiu obter imensas partilhas. Os dados do site mostravam mais de 1000 partilhas só deste artigo de opinião.

O elemento da direção caracteriza estes momentos como “um puzzle imenso e com muito cuidado vai mexendo as peças para que tudo se componha”. E nada verdade mostrou-se um verdadeiro mestre das movimentações. Esteve presente em todas as frentes, fez intervenções importantes para as várias plataformas. Notou-se sobretudo um grande apoio à diretora executiva online. Ele conseguiu com o seu trabalho fosse lado a lado com o dela, sem se misturar áreas e sem ultrapassar decisões, aquilo que ele designou como “há que pensar editorial e há que pensar plataformas, sempre, em função das notícias”.

## **Dia 5 e 6**

Confrontos no Egito provocam mais uma onda de movimentação na redação, ainda que com poucos jornalistas. Ao mesmo tempo está programada mais uma greve geral na Grécia: “já tenho aqui o feed das imagens em direto”, diz a jornalista da área multimédia. “Ok, já vou meter isso”, diz o editor online. Enquanto isso ele ligou à jornalista que costuma cobrir estes assuntos: “acompanha o que está a acontecer para o site pois estão a começar a aparecer reações, fotografias”, alertava o editor.

“Já tenho o texto, queres que publique”, diz a jornalista. “E onde?” “Espera, deixa-me sair [do programa back office]”. Alguns segundos depois “podes entrar. Está na economia, com imagem e link”, avisa o editor.

As notícias do site continuam a ser trabalhadas pela equipa do online, em vez de se limitarem a “colar” diretamente da Lusa. O trabalho flui da equipa do online para o resto da redação com alguma naturalidade, maior do que nas restantes que visitámos. Em paralelo, e depois da reunião da manhã, um dos diretores adjuntos começa a agendar um comentário vídeo com a equipa de multimédia.

Uma das jornalistas de economia comenta que o editor em último recurso “tem a função sempre de garantir para o online”, enquanto os restantes elementos vão ajudando ao longo do dia, seja produzindo pequenos textos ou estando atentos aos desenvolvimentos dentro da sua área de especialização e comunicar ao editor para o caso de essa informação ter que ser alojada no site.

Na secção de economia há 3 editores, cuja função é não só orientar o trabalho da secção com o restante jornal como proceder à distribuição do trabalho para os restantes elementos. O que acontece muitas vezes é que a editoria da secção se confunde com a editoria do online, ou seja, ficam sem saber a quem responder primeiro. As solicitações são tantas que os jornalistas ficam confusos perante tantas hierarquias que se cruzam e interpenetram. Susceptibilidades à parte este facto causa muitos problemas aos jornalistas até na forma como organizam o seu trabalho. Quando pensam que estão a responder a pedidos do seu editor de secção, já outros tantos pedidos estão a ser feitos – encomendados – pelos outros editores.

## **Dia 7**

A secção de economia está perfeitamente integrada e todos os elementos percebem a necessidade de colaborar com o site. “Escrevemos muito para o site”, conta uma das jornalistas, mas admite que “a partir de uma determinada hora a concentração é para o papel”. É difícil separar as duas coisas, já que o papel exige um esforço de reflexão maior, segundo a jornalista, “e por vezes não é possível fazer mais pois a prioridade é realmente escrever para o papel”.

A jornalista contou-nos que neste momento muito se fala na sobrevivência dos jornais em papel, mas que isso já não é o mais importante. Os jornalistas já tiveram o seu tempo para se adaptar a todas as modificações. A única coisa que a preocupa é a indecisão, é o não ter uma plataforma única para se poder concentrar e dedicar a 100%.

Ou seja, aqui o elemento da indecisão e da incerteza causa algumas frustrações, pois dá a sensação que não há uma estratégia definida, e provavelmente não há de facto. Diz a jornalista que “se tivesse a orientação definida que era para ali que tinha que escrever seria muito mais fácil”.

Quanto à produção de elementos multimédia ou produção de conteúdos além do texto, a jornalista diz que esse tipo de elementos está a cargo da editora responsável pelo online.

“Tem mais sensibilidade para pensar em organizar a informação num esquema visual por exemplo”.

### **Dia 8**

Durante a aplicação dos questionários muitos jornalistas demonstraram algumas preocupações em relação ao online e a forma como reage ao trabalho que é necessário ser feito para a plataforma. Uma das jornalistas encara a dispersão do trabalho – jornal, revista e online – como “prejudicial para o jornalista” e o facto de o conceito “ser polivalente” como uma possível ameaça à extinção de postos de trabalho quando “já há tão poucos lugares disponíveis”.

A jornalista vê o seu trabalho hoje como alguém que escreve muito para todo o lado, às vezes sem tempo para refletir tanto sobre as coisas e o seu principal receio em relação à Internet é a possível quebra de “compromisso com o leitor”, por força da publicação tão rápida.

Confessa que gostaria de ter mais formação na área de multimédia, mas “à séria, não apenas saber processos para fazer coisas pontuais”. Acha que faz falta saber mais coisas sobre os processos que muitas vezes lhe pedem que domine, mas na verdade nunca teve formação ajustada. Contou que o que aconteceu não foi bem formação, foi o coordenador de multimédia que de vez em quando vai dando uma ajuda com a “aprendizagem de algumas regras ou lista de passos a seguir”. Gostaria por exemplo de saber usar ferramentas como o Skype, como forma de contactar com as fontes.

### **Dia 12 e 14**

Algo que nos disseram que não deixa de ser interessante é que há documentos oficiais que chegam à equipa da Economia, todos os dias, e este foi apontado como o aspecto mais relevante do uso da Internet, mas que não faz parte das nossas opções do inquérito. Um aspecto importante, e ainda bem que foi salientado pelo jornalista, já que é algo que acontece com muita frequência no dia-a-dia “económico”. Em estreita relação está o uso do email, já que é por esta via que vão chegando vários dos documentos oficiais que nos falava.

Outro aspecto que foi salientado, na confiança e credibilidade da proveniência das notícias foi o facto de um dos jornalistas ter salientado que “a imprensa é uma boa fonte

de credibilidade dependendo sempre do jornal e principalmente de quem assina a peça”, refere. Foi o único, em todos os inquéritos, a assinalar a imprensa como um meio de confiança na divulgação de notícias.

A pressão das organizações, no factor tempo, também suscitou algumas dúvidas. O jornalista, que também é editor para a área da economia, diz que a influência na qualidade reside sobretudo “no factor dos recursos humanos” e não só no tempo que se tem para produzir conteúdos jornalísticos.

Uma das jornalistas de política junta-se à equipa do online e dita literalmente partes do texto que deverá entrar no site, perante recentes transformações no governo. Para não falhar nada, o editor do online prefere socorrer-se da sua ajuda, primeiro para publicar o mais rápido possível e segundo, para não incorrer em nenhum erro.

## **Dia 16**

Durante o tempo que estivemos no Porto percebemos que alguns automatismos de publicação não estão instalados na redação, pois continuam reservados a um grupo restrito. E não pela vontade destes jornalistas, mas por algo que foi imposto pela própria direção. Ouvimos dizer um dos editores “ tens de puxar o vídeo da TVI e mudar esse título que está mal feito”, pois é a única pessoa que o sabe fazer. Os outros jornalistas, normalmente, apenas redigem o texto e submetem em back office.

Se o diretor adjunto havia falado na roda da bicicleta e como a sua aplicação não funcionou, um dos jornalistas, que esteve atento às nossas conversas, referiu que concordava com os princípios do modelo, mas talvez faltasse mais mudanças já que “a bicicleta precisa de duas rodas de bicicleta para andar”. Comparou a organização da redação a um modelo institucional mais organizado e extenso e à centralidade e canalização que é preciso haver, com uma fluidez de comunicação, com o apoio infundável entre equipas.

Concorda que a forma arcaica da sala causa muitos entraves à comunicação que o anterior modelo proporcionava. Mas sempre foi um “braço de ferro com a direção nestas questões”. Desde os horários tardios, à divisão injusta de tarefas, os jornalistas viram a sua carga de trabalho diário aumentar para o dobro ou mais: “pediam-me que fechasse áreas e realidades que não conhecemos. Por exemplo, era pedido que fechasse um local de Lisboa...como o posso fazer se desconheço por completo essa

realidade? Era um risco muito grande e por isso recusei”. O jornalista conta que o braço de ferro começou com a tentativa de instalar novas rotinas para o online no Porto. Os recursos humanos eram escassos, fruto da vaga de despedimento colectivo, e obrigava a que as funções de cada jornalista fossem reajustadas em direção ao que era necessário fazer para o online.

## **Os jornalistas: papéis, cultura e geração**

### **Dia 1**

As conversas com os jornalistas são na maior parte das vezes bastante animadas e acabam por revelar opiniões bastante interessantes sobre a nossa observação. A resposta deixa de ser apenas um visto ou um ponto a assinalar um número, mas passa a ter uma explicação, aos nossos olhos não tão óbvia, fundamentada e próxima do dia-a-dia. Por exemplo, há uma jornalista na redação que dava um caso de estudo. Uma jovem *multitasker*, que faz de tudo, para o jornal e para o online e ainda grava e edita vídeo. Não se importa com a sobrecarga de trabalho e acha que o jornalista tem que estar preparado para tudo. Diga-se que a jovem é a mais recente contratação do jornal.

Na outra extremidade, um jornalista, muito mais velho, que vemos caminhar frenético e os seus cabelos brancos revelam a idade e a experiência que carrega. Foi-nos dito, pois não conseguimos falar com ele dada as imensas solicitações e o tempo sempre muito ocupado, que é um dos muito poucos que não colabora com o site, não produz absolutamente nada e não tem sequer vontade de o fazer. Na mesma medida da sua relutância em aderir ao novo, ao site, e à tecnologia, foi recente premiado, pela segunda vez, com o prémio Gazeta de Imprensa. Um caso singular e ímpar no jornalismo que reúne em si a resistência que durante muito tempo perdurou nas redações, mas que carrega em si uma tradição de um jornalismo profundo e de investigação que não pode ser ignorado nem esquecido.

Pelo menos um dos editores da área do online com quem falamos contou que desde cedo começou a pensar em como publicar para o jornal em papel e para o site, apesar de o seu percurso ter iniciado exclusivamente no papel: “quando comecei era quase tudo por instinto, mas hoje já faz parte do meu dia criar algumas regras, nem que sejam mentais”, refere. Antes de começar na área do online geria um suplemento de publicação diária, o que já dá para antever que necessitava de gerir com alta antecipação

todos os conteúdos a ser publicados. Este esquema mais rígido e de coordenação deu-lhe ferramentas para hoje desempenhar uma função tão importante no jornal.

A diretora executiva online começou o dia com muitas reuniões. Uma delas foi com a sessão Life&Style, que há muito precisava de orientação. A reunião demorou aproximadamente duas horas e teve continuidade na sua secretária e enquanto se movimentava para ir buscar chá. Não esconde que o seu trabalho é frenético e incessante e divide o dia entre reuniões e resolução de problemas: “o meu dia começa com uma espécie de raio-X à homepage do Público”, diz enquanto distribui trabalho para os seus editores do online. “Faço alterações constantes, às vezes por telefone em casa enquanto leio o site no meu Ipad ou no caminho para o jornal”. O seu olhar já está treinado para detectar formatos adequados, ou não, manchetes, chamadas e textos devidamente formatados. E a sua experiência dita que normalmente ela tem razão. O seu trabalho começa, desenvolve e termina na homepage. Paralelamente, gere uma equipa de editores para o online num contacto muito próximo. Todos os dias recebe “toneladas de informação e de coisas para resolver” que lhe ocupam os dias e as horas na redação.

Muitas vezes é chamada para reuniões de decisão. Senta-se com as secções e discute como podem melhorar os seus conteúdos na homepage, como podem ser mais criativos: “quando alguma coisa não resulta, ou resulta menos bem, prefiro sentar-me com a pessoa e explicar como pode melhorar. É uma espécie de formação instantânea.” Dá orientações muito claras: quer textos mais pequenos, mais visuais e interativos e títulos mais diretos. Para já não estão previstos períodos de formação, pois eles aprendem uns com os outros constantemente. Mas, a experiência também lhe dá autoridade para explicar a quem faz isto há menos tempo como pode e deve fazê-lo.

As reuniões ocupam-lhe muito tempo. Formalmente, reúne com os seus editores uma vez por mês, mas “informalmente reúno com eles todos os dias”. Queriam trabalhar para melhorar o planeamento de conteúdos para o site, para o caso de em dias mais parados ter sempre algo que possam incluir no site e produzir outra atividade. Mas isso ainda é um ponto a melhorar.

O Público tem uma política de visibilidade impressionante. Quase todos os que compõem o jornal têm na ficha técnica uma fotografia junto de um texto “seu”,

personalizado e o seu contacto de email. Isto aproxima o leitor do jornalista, e consequentemente do jornal.

## **Dia 2**

O online tem uma dinâmica sua, muito própria, sempre em cima da atualidade e não apenas numa lógica de *refresh* do site. Estes editores estão constantemente a receber diretrizes das áreas do jornal, constantemente a produzir conteúdos e constantemente a traçar o alinhamento de atualidade.

À hora de almoço e na ausência dos editores online – um está a almoçar e outro ainda não chegou - a diretora executiva online revê os textos com algumas secções, corrige textos e leads e dá as orientações a algumas pessoas da equipa da área Multimédia. Assim que um das editores volta do almoço são transmitidas todas as informações importantes durante a sua ausência. Estamos a falar de um período que não foi sequer superior a uma hora e que serve para ilustrar como nada do online é deixado para trás.

A área do Desporto sofreu alguns cortes nos últimos anos e hoje trabalha com uma equipa bastante reduzida. Há um editor para o Desporto e três redatores em Lisboa, mais um editor e dois redatores no Porto. Apenas em 3 dias da semana (que vai de domingo a domingo já que os jogos decorrem sempre ao fim de semana) é que os editores estão ao mesmo tempo nas redações. Também têm 4 colaboradores para modalidades específicas: Atletismo, Golfe, Ténis e Xadrez: “podíamos fazer muito melhor, mas o Desporto não é prioridade para o jornal”, lamenta o jornalista desportivo. Parece-nos que esta área é vista como menor no jornal. As ausências da reunião também comprovam isso mesmo. Era difícil para uma equipa tão pequena marcar presença assídua nas reuniões que começam às 10h da manhã quando sabem que o seu dia provavelmente terminará por volta das 23h da noite.

Inicialmente esta área tinha sempre uma pessoa que às 10 da manhã já alimentava constantemente o site com notícias desportivas, com a ajuda das várias agências. Hoje, isso não acontece com a deficit de pessoas a trabalhar na redação. Em dias de jogos da liga portuguesa - mas apenas de um dos três clubes principais, ou seja, Porto, Sporting e Benfica - há um jornalista que vai ao estádio assistir ao jogo. Daí vai resultar uma crónica do jogo. Esta crónica é publicada no site, até antes de ir para o papel. No entanto, o que acontece com mais frequência é uma atualização breve no site - por

exemplo, quanto ficou o resultado, quem marcou ou casos do jogo e no papel é publicada a crónica. Só mais tarde nesse dia essa crónica ficará disponível no site. Isto também se repete em jogos são internacionais – ou seja, uma equipa portuguesa que jogue em casa com presença na liga Europa ou na Liga dos Campeões. Mas o caso é diferente para as equipas internacionais, como é o dia de hoje. Aí o acompanhamento faz-se a partir da redação, no mesmo esquema de publicação para o site e para o jornal.

Depois, o acompanhamento ao minuto dos jogos que aparecem no site do Público não é feito por ninguém do jornal, mas sim por uma empresa de outsourcing espanhola, com sede em Londres, com a qual o jornal tem um contrato. Este contrato engloba acompanhar os jogos dos três grandes, da seleção portuguesa e jogos do Real Madrid e Barcelona. Jogos da Taça da Liga não estão incluídos. Neste pacote, está também incluída a transmissão de alguns jogos ao vivo.

### **Dia 3 e 4**

A direção é muito ativa não só nas decisões, como se verifica todos os dias nas reuniões da manhã e na decisão de capa, mas na gestão da própria redação. Funcionam muitas vezes como elementos apaziguadores quando há algum conflito entre áreas e como elementos decisivos quando é urgente tomar uma decisão. Foi isso que observei ontem quando foi anunciada a demissão do Relvas. A prioridade do diretor foi acercar-se do editor do online e junto com ele perceber qual seria o caminho a seguir: “tens que noticiar mas com a segurança que a informação está confirmada por alguém”, alerta para o editor do online e continua “é melhor ter a certeza e dar em último, do que dar um passo em falso”. De facto, como foi possível observar, o Público foi o último a publicar no site. Só tinha uma pessoa no online quando tudo aconteceu, mas acima de tudo quiseram ter a certeza.

O elemento da direção afirma também que um dos seus principais papéis é “colocar a máquina a trabalhar” e para isso é preciso trabalhar em diversas frentes. Claramente quando falamos do online e quando olhamos para um jornal que tem tão forte tradição no papel, há papéis que colidem e “há disputa de competências”. Cabe ao diretor surgir como apaziguador desta disputa e recordar a cada um, se necessário, que papel está destinado a cada área. Admite também, perante a falha de comunicação verificada ontem entre o online e política, que “é preciso afinar o funcionamento da organização”. Esta integração tem ainda pouco tempo e há muito para fazer. É aos poucos “com a

experiência do dia-a-dia que se consegue resolver pequenos problemas”. Às vezes a capacidade de comunicação de cada um colide com aspectos mínimos e a falta de recursos também. Há pouca gente a trabalhar para tanto que tem que ser feito, todos os dias e parte do seu trabalho é também minimizar os riscos que podem advir da falta de pessoas.

No final do dia reuniu com os restantes elementos da direção - incluindo com a redação do Porto - e um editor de fecho para decidir as manchetes e a capa do dia seguinte. É depois da reunião que costuma falar com o editor online para o colocar a par do que vai ser publicado no papel e o que vai ser aproveitado e transposto para o online. Trabalham-se aqui dinâmicas que muitas vezes se cruzam: há conteúdos que vão ser exclusivos do papel ou só do online, há conteúdos que vão ser de acesso restrito e pagos e há conteúdos que se vão repetir nas duas plataformas. Esta decisão não é tomada de ânimo leve: “é preciso saber o que faz pulsar cada uma das plataformas, tendo em conta a sua audiência e o seu potencial”, alerta.

O diretor têm uma forte consciência do trabalho que é necessário preparar para o online, apesar das suas exigências diárias serem mais concentradas na edição em papel. Mas isso não é impedimento, muito pelo contrário, para fazer o exercício mental de olhar para as duas plataformas e pensar em como encaixar os seus conteúdos. Afirma que é sempre mais fácil de retroceder no digital, onde facilmente mudamos ou retiramos a notícia. No papel, isso desencadeia toda uma série de procedimentos e envolve tantas pessoas que se torna desgastante e faz com que, por exemplo como aconteceu ontem, seja “uma corrida contra o tempo”. A edição do jornal fechou á meia-noite e meia.

A relação com o Porto é também curiosa. Há uma grande troca de ideias entre os dois polos, pois ambos têm elementos de grande valor para o jornal. No entanto, vive mais do papel do que propriamente do online. Todos os editores do online estão concentrados em Lisboa e a produção para o site que chega do Porto é muito individualizada. Vão contribuindo para as diferentes secções do jornal ainda que seja um contributo menor – porque são menos pessoas também - do que acontece com a redação de Lisboa. Mas fazem por escrever sempre para o online, disse uma das editoras. Se for necessário fazer um pedido de colaboração para o site, normalmente é logo aceite.

Uma das outras (muitas) funções dos elementos da direção é a responsabilidade de assegurar o espaço do Editorial e de Opinião. Pode ser qualquer um dos elementos a

executar esta função e normalmente o tema e quem o vai redigir é determinado logo pela manhã. Por isso, esse elemento tem que se preparar, ler o que já foi escrito sobre o assunto para “melhor assegurar estes formatos”. Mas num dia como o de ontem, há exceções. Lembro que assim que a notícia foi confirmada por órgãos oficiais e publicaram no site, uma das prioridades do elemento da direção foi conseguir um comentário de opinião de um especialista. Recorreram, como é óbvio, “à prata da casa”. Por vários motivos: há uma relação de proximidade com o leitor que se quer perpetuar; há uma identificação com a credibilidade atestada por estes especialistas que verte do jornal e tem o seu seguimento no online; é algo que conseguem fazer com alguma facilidade e aproveitando da melhor forma os recursos que têm “mais à mão”.

Durante a manhã continuaram a notar-se algumas diferenças na forma como alguns jornalistas estão a aceitar a integração do online e, em particular, o papel decisivo que muitas vezes o editor online assume, ou em casos como o de ontem, precisa de assumir. A área da política parece ser a que está menos integrada com a redação do online: “foi contratada uma pessoa para a secção para trabalhar para o online que já foi absorvida para o papel”, confia um jornalista do online. A Política é uma secção que goza de um grande prestígio no papel, e tem razões para isso, mas recusa-se sistematicamente a aceitar o papel que o online representa no seio do jornal. Há resistência em aceitar a produção para o site, falta saber a razão.

Felizmente, há um elemento da direção que acalma ânimos. A jornalista da área de política chega mesmo a questionar o formato da organização do online e pôs em causa o seu funcionamento: “se a ideia é meter tudo, disponham recursos”, gritava exaltada a jornalista da política ao ver um texto já publicado no site. “Vocês querem dar prioridade a tudo só para alimentar o site, assim não pode ser”. “Achas que o que a Y está a escrever para o site é um trabalho que não serve para nada? Vai servir como base para o principal, já está a adiantar trabalho!”, gritava de volta para a jornalista.

Mas estes argumentos não foram suficientes: “ela não consegue fazer duas coisas ao mesmo tempo e alguma coisa vai sair prejudicada. Não podes escrever para o papel e online! É impossível”, continuava. “Ninguém lhe está a pedir para fazer duas coisas ao mesmo tempo”, rematava o editor. “Vocês [online] alimentam estas falhas de comunicação. Ainda há dias enviei um texto do terreno para o email – que anteriormente servia para as notícias de última hora e chegava diretamente aos editores

do online – mas que só horas depois reparei que esse correio electrónico fora desativado”, insistia a jornalista. “Arranjem uma solução e não estejam sempre a mudar as regras.”. Sugeriu até que fosse elaborado um manual de procedimento para que todos ficassem mais integrados.

Mesmo depois de todas as discussões entre Política e Online as notícias continuaram a fluir e a fazer chegar à redação, a partir do Parlamento, como nos outros dias. Apenas a intervenção de um dos diretores acalmou os ânimos. O diretor admite que ainda são necessários alguns ajustes nas diferentes áreas, é um trabalho em processamento e que ainda tem muito por onde crescer.

### **Dia 5**

Uma das transformações mais visíveis nos próximos tempos será a transição de um dos editores online para o Norte do País. A delegação do Porto não funciona, pelo menos para o online, como deveria e o jornalista admite mesmo que “não vai para lá para trabalhar sozinho, mas para formar equipas”. O jornal online no Porto não tem grande presença e percebemos que precisa de um reforço se quer competir com outros meios de comunicação mais localizados no Norte. No fundo, é passar da delegação para uma redacção em sintonia com o que já acontece em Lisboa. Uma equipa é uma equipa e isso engloba todos os jornalistas que carregam o nome do Público. Além disso, o jornal está a reforçar a equipa de Multimédia também no Norte do país, para que a expressividade do online seja também ampliada por produtos e conteúdos audiovisuais.

### **Dia 6**

A secção de economia, localizada na parte central da redação, é outra grande zona. Quatro ilhas de jornalistas compõem esta secção, apesar de hoje estar apenas metade dessa massa. Isso não acontece por acaso, na verdade grande parte dos jornalistas já saiu em trabalho logo pela manhã. Pela própria conjuntura do país, observamos uma secção que é muito solicitada, quer para o jornal em papel quer para o online e como observou uma das jornalistas: “estamos sempre no olho do furacão tamanhas são as solicitações”, comentava uma das jornalistas.

São uma massa de trabalho diversificada e coesa, pois trabalham muito próximos uns dos outros, mas cada um tem a sua área de especialização. É gratificante perceber que lutam pelo seu trabalho e especialmente por fazer o melhor que sabem, em vez de se

contentarem simplesmente em fazer. Isso é o que os distingue de tantas outras secções do jornal. Há uma clara identificação dos elementos desta secção à ideologia do próprio jornal e uma forte consciencialização que é preciso trabalhar muito e dar o máximo todos os dias. Essa consciência é transportada para o site e para as necessidades que isso acarreta.

No total, são 10 jornalistas de Economia: 7 jornalistas e 3 editores, sendo que um é apenas para o online. Este editor tem a função de acompanhar e organizar a informação que vai ser publicada no site bem como a organização da equipa de economia num esquema de rotação semanal, para que juntamente com o editor, todas as semanas, um dos jornalistas dá uma ajuda com a publicação e a construção das notícias para o site do jornal. Alguns jornalistas admitem mesmo não comprar os jornais em papel por muitas vezes serem uma desilusão: “eu não compro: ou não estão bem escritos, ou por falta de informação ou simplesmente porque já não constituem um atrativo tão grande para o leitor. Quando compro é quase sempre uma desilusão”, afirmava uma jornalista junto do seu editor de economia.

Diz também não acreditar na polivalência, no fazer tudo ao mesmo tempo para todo o lado, pois a qualidade será certamente sacrificada. Da mesma maneira que acredita que o trabalho fica comprometido se a atenção for muito dispersa: “estamos sempre a ser distraídos: as solicitações constantes, o online as saídas da redação...causam sempre algumas mossas num trabalho que requer um esforço de reflexão maior.” E admite: “vou para casa muitas vezes frustrado comigo mesmo porque sei que não dei o meu melhor para o meu leitor, e isso acaba por desgastar até os melhores”. O seu desejo era que pudesse concentrar-se só em fazer o que sabe fazer melhor, sem tantas distrações do seu único objectivo: escrever bem.

A jornalista atribuiu a confusão aos constantes emails: “é só abrir o computador e perceber que começam a chover emails de todos os editores”. De facto a jornalista mostrou-se bem integrada com a logística do jornal, quer para o papel, quer para o online. Mas o que parece estar a falhar é a organização das hierarquias.

O trabalho na área económica implica sempre muito estudo e atualização de um tipo de informação que parece estar constantemente a ser renovada. Aos olhos dos menos atentos parece que sim, mas estes jornalistas, dentro da sua área de especialização têm que conhecer bem todos os pormenores para fazer o papel de seleção do que interessa

ao leitor daquilo que será uma repetição mais bem adornada. Acredita que o que escreve para o online é muito diferente do que faz para o papel: “talvez a polivalência deva cingir-se apenas ao online onde realmente não pode ser feito de outra maneira. O site exige muita força do imediato e claro que os textos também vão ser afectados e são menores. Mas a culpa é da própria plataforma e dificilmente se conseguirá fazer de outra maneira”, admite.

É uma secção que se divide por áreas muito específicas e distintas. Vemos aqui um jornalista que é o especialista e domina o seu campo de atuação. E a jornalista afirma ainda que é o especialista que o público procura: “o leitor esse também procura o especialista e principalmente procura aquele que sabe escrever sobre determinado assunto e procura a informação feita por quem sabe”.

A jornalista identifica-se com um jornalismo feito de referência e de profundidade “mas duvida do tempo que um jornalista tem para o realizar. Se queremos boa informação precisamos de tempo para a fazer”. Mas, é melhor hoje saber quem está do outro lado, conhecer o nosso leitor e o jornalista já consegue ter pelo menos uma reacção de quem lê, quando antes só com o papel não era possível. Uma das jornalistas de economia diz que “adora ver os comentários e perceber reacções”.

Diz a jornalista que a organização das chefias peca por falta de comunicação, na maior parte das vezes em que os pedidos se atropelam. Às vezes bastaria que as pessoas falassem umas com as outras – e em termos de distância física estamos a falar num corredor que separa os editores de economia dos editores do online: “bastava às pessoas levantar-se e falar umas com as outras. Em vez disso tenho uma caixa de email entupida com pedidos diferentes dos vários editores, por vezes até repetidos.”

## **Dia 7 e 8**

A diretora de arte aponta entraves a possíveis melhoramentos: as redações são sempre muito pequenas e a capacidade de aumentar a produção é sempre muito limitada. E ainda há alguma dificuldade por parte de alguns jornalistas em aceitar que os tempos são inteiramente de mudança, de quebra com as regras do passado, que a maneira de pensar a notícia mudou e “as *breaking news* é no momento a seguir”. Assume que pensar no online causou algumas frustrações para muitos jornalistas. Tudo aponta para que processos como estes, que a própria diretora de arte tomou a rédea, são hoje menos

difíceis de conciliar do que eram há alguns anos: “todos temos receios. Os meus são o de uma produção mais empresarial do que artesanal, especialmente se pensar nas políticas convergentes de um grupo económico”, refere.

Outro jornalista, da área internacional, diz que “gosta de ler tudo o que há na Internet, quanto mais informação melhor”, mas sabe reconhecer que a Internet tem muitos perigos, mas nada que um jornalista atento não consiga lidar. Confessa que só aderiu ao Facebook para procurar informação e confessa recorrer às redes sociais para busca de informação, mas cabe ao jornalista fazer a triagem. Nem sempre acontece: “não consigo distinguir plataformas, ou seja, não consigo ver de forma separada o site e o jornal, antes pelo contrário. Acha que se complementam, ou devem complementar, mas a notícia e o texto têm que valer por si só”.

Se tiver produtos convergentes tanto melhor, mas isso não é o mais importante. Más notícias já eram feitas antes de haver o online, não vai ser isso que vai alterar. O que pode influenciar é coisas como pressão em divulgar ou o factor tempo que deixam pouca margem para investigar convenientemente as coisas.

## **Dia 11**

Um caso curioso durante a aplicação dos nossos inquéritos foi encontrar um jornalista que fez o percurso inverso à grande parte dos jornalistas desta redação. Começou como editor da secção online do jornal e depois esteve muito tempo ligado à secção de Multimédia. Só depois se direccionou para o jornal em papel: “sempre quis fazer jornalismo, sair, investigar. Fazer jornalismo a sério. No online estava muito preso à publicação e revisão de textos”, constata.

Por causa desta experiência tem uma visão muito clara do que deve ser o jornalista de hoje: contraria a ideia de alguém polivalente que faça de tudo, mas antes termos especialistas distribuídos por áreas e principalmente que colaborem, que isso sim vai fazer uma diferença na publicação, quer online quer do próprio jornal. Esta separação de funções é ao mesmo tempo uma junção, mas com pessoas que sejam “mesmo boas naquilo que fazem”.

Muitas vezes há dificuldade em pensar em multimédia pelo excesso de trabalho, mas os editores relembram “está assimilado, mas é bom termos essa rede”. Se lhe pedirem para fazer um trabalho que não seja só texto, não se recusa, e sabe que é extremamente

importante. Contudo valoriza mais a criação de uma equipa (de duas ou três pessoas) para trabalhos do que ter apenas um jornalista que faz tudo. Quanto à produção dentro do mesmo grupo é vista por alguns jornalistas como indiferente, pois não irá afetar o jornalista. Os públicos dos jornais, mesmo com o mesmo grupo económico por trás, não se confundem. São públicos distintos e a parceria dentro do grupo só desvalorizará o reconhecimento do jornalista se “o acordo entre as partes não estiver claro e o trabalho do próprio jornalista não for recompensado”.

## **Dia 12**

Apesar destes jornalistas não fazerem parte de nenhum grupo com mais meios de comunicação social, a perda de reconhecimento dos jornalistas quando produzem para vários meios do mesmo grupo económico e, como consequência mais agravante, a perda da própria identidade do jornal. Acreditam que as coisas acabam por se misturar e os riscos são maiores quando se avaliam perdas e ganhos: “jornal e online? Mas são a mesma coisa”, dizia uma das jornalistas da área económica. Numa das nossas muitas conversas transpareceu a ideia da unidade, do facto dos jornalistas já não se limitarem a olhar para o seio da redação e assumir que o papel e o site são duas coisas separadas. Diz também que em termos de formação, não procura a mais técnica, como na área de multimédia, por exemplo. Apesar de considerar importante, quando procura formação é no âmbito de conhecimento teórico, que permita aprofundar conhecimentos dentro da sua área de especialização.

O jornal em papel, na generalidade das opiniões recolhidas até agora, ainda continua a ter um lugar muito exclusivo no que toca a reservar exclusivos jornalísticos: “isso provavelmente irá mudar daqui a uns anos, talvez transite mesmo só para a Web, mas com um modelo diferente do atual.” De facto, ontem quando reunimos com o membro da Administração, passou essa ideia da reconversão do modelo de negócio muito diferente do atual, com o recurso a medidas de conteúdo pago. A administradora referiu ainda que a mudança “tem que ser cultural e as pessoas têm que perceber que há pessoas a trabalhar na informação, nestas histórias e que o gratuito não terá longevidade”.

## **Dia 14**

Foi possível também encontrar o caso de um jornalista que colabora com um meio externo ao grupo a que pertence. Neste caso em particular, o jornalista faz colaborações

externas com o canal de informação da SIC Notícias, essencialmente como comentador da atividade desportiva: “é uma colaboração esporádica, sempre que me chamam e é bastante positivo para o jornalista”. Referiu que o jornal – Público – concordou com esta colaboração e que consegue articular relativamente bem este trabalho já que quando lhe pedem é sempre em horários que não entrem em conflito com o que desenvolve na redação do jornal. Acredita que o jornalista e a noção de polivalência necessita de mudar o chip para a construção multimédia – não necessariamente ser ele a fazer o vídeo ou a editar. “não acredito no polivalente apesar de eles aqui – o jornal Público – nos quererem obrigar a fazer um pouco disso”.

Os jornalistas saem pouco para o terreno, quando comparado com a altura em que a Internet não era utilizada como ferramenta de trabalho. A área de Desporto garante “parte do seu trabalho parece centrado (e sentado) no jornal e um dos jornalistas presentes respondeu que normalmente é uma, que deverá coincidir com a ida ao estádio acompanhar um jogo para a liga portuguesa.” Já trabalhos como o acompanhamento do Presidente da República vai dar a possibilidade a um dos editores online de sair da redação, coisa que desde que é editor não faz “quase nunca” e ter a possibilidade “de ser jornalista”. Referia-se ao facto de fazer notícias de raiz em vez de apenas editar, pois o seu trabalho resume-se, hoje em dia, muito a isso. Faz parte, “estou habituado diz e tenho uma larga experiência em muita coisa”.

A Política e a Economia têm muitos jornalistas a sair: “hoje saímos menos, muito menos. Temos profissionais que estão sentados na redação e centrados também. Muito embora a tecnologia auxilie o trabalho e o dia-a-dia, mesmo em casos em que é impossível comparecer, é fundamental estar “no local” pois traz sempre “um valor acrescentado ao teu trabalho”.

De uma forma geral todos os jornalistas lamentam não sair tantas vezes e sentem falta da adrenalina e “do trabalho lá fora”. Acabam por estar todos de acordo com a concentração de jornalistas, mas também estão de acordo que nem por isso o Público deixa de dar a notícia: “se não estamos no terreno pode haver dados importantes ou pormenores que de outra forma não conseguimos obter e isso é uma perda para o jornalista, sempre, até nos trabalhos mais rotineiros”.

## **Organização dos atores no espaço noticioso**

### **Dia 1**

A meio da manhã uma das jornalistas da secção, que já havia terminado o que queria publicar no site, aproximou-se da secção dos editores online: “este conteúdo podia estar mais elaborado”, afirma o editor online. “Vamos fazer para o papel, por isso é que não tem tanto detalhe”, explica a jornalista. Os editores do online não são os únicos responsáveis pela produção do conteúdo online. Com alguma frequência os editores de cada secção produzem conteúdo para o site, mas dirigem-se sempre à mesa dos editores online para informar se há algo novo e qual das equipas vai gerir isso. Ou, se for o próprio editor da secção a trabalhar o texto para o online, vem informar o editor que já tem o produto para o site e pedir para verificar se está pronto para ser publicado.

Há também a forte noção de jornalismo especializado. As ilhas não estão divididas por acaso: um jornalista de uma área é um especialista desta área e dominar a área da sua especialização. E, dificilmente lhe vai ser pedido para fotografar ou fazer vídeo. No que toca à convergência de áreas, isso acontece com frequência. Por exemplo, é usual os editores sugerirem ideias, outros editores comporem a informação e a realização, a parte mais técnica de todo o processo, ficar a cargo dos gráficos. Ao jornalista cabe fornecer a informação e ao gráfico a conceptualização e realização: “a melhor equipa a desempenhar funções de convergência é a de desporto”, afirma a diretora online. “Ninguém melhor do que eles sabe como colocar a funcionar o papel e online.”

Não fazem nada sem pensar nas duas plataformas e já o fazem há muito tempo. A área da cultura é retratada como uma das que mais tem sabido aproveitar a convergência de conteúdos apesar de se ter iniciado neste caminho há relativamente pouco tempo. Apesar de ser uma equipa relativamente pequena, conseguem coordenar não só o papel e o online, como ainda os suplementos, guias e revistas: “somos mais dinâmicos que os de Desporto, do que qualquer outra secção”, refere a jornalista da área de cultura. “Estamos sempre a sugerir elementos complementares nas suas edições virtuais (mesmo sabendo que os temas são mais propícios a isso), que estimulam os leitores e trazem uma revigorada frescura ao jornal.” Além disso, são das equipas que mais variedade apresenta em todas as plataformas, incluindo as móveis, apresentando sempre soluções diferentes e apelativas. Em outras áreas isso não é tão notório. Muitos esforços têm sido feitos para que outras áreas colaborem nesse sentido, de forma a tirar o máximo de

partido das suas capacidades: “quem está de escala este fim-de-semana?”, pergunta o editor do online. “Não sei. Talvez a Simone possa dar uma ajuda”, refere outro dos editores. O site do Público é gerido pelos editores, mas quando é preciso, ao fim de semana também, é a directora executiva que vai dando uma ajuda.

## **Dia 2**

A directora tem uma presença forte nas reuniões e no jornal. A sua presença impõe alguma ordem na lógica das coisas e oferece muitos contributos à mesa. Os jornalistas trabalham próximos dela e com ela e, apesar de em alguns casos discordarem do que ela possa dizer, a sua voz é sempre ouvida. Está atenta aos pormenores e a todos os que se sentam na mesa da reunião, incluindo a investigadora. Mantém uma postura mais rígida que os outros directores que até agora conhecemos e um distanciamento próprio da posição que ocupa. O “faro jornalístico” está sempre presente e é muito dinamizadora das magnólias. Refere muitas vezes a preocupação com o público do Público e isso traduz-se num trabalho produtivo logo ao início da manhã.

Numa mesa perto da sala de reuniões está um elemento que não passa despercebido desde que chegamos à redacção. Uma mulher que não tem propriamente um papel decisivo na elaboração das notícias, mas que, de igual para igual, dá o seu contributo sempre que pode: “a Y é extremamente valiosa para o nosso jornal. Está connosco há mais de quarenta anos”, refere um dos jornalistas. Conta a directora do jornal que a função deste elemento da mesa é de “ser o interlocutor entre a publicidade e os editores”, faz o possível por ser manter sempre actualizada. Atenta a tudo o que se passa na redacção e no mundo, mantêm-se actualizada quase ao minuto, lê os jornais antes de toda a gente e quando chega e a redacção ainda está a começar encher ainda tem tempo para passar alguns temas aos elementos da direcção que considera importantes. A experiência de mais de quarenta anos garantem-lhe um respeito no jornal como poucos o tem. Chega à reunião com uma ideia muito concreta de quanto espaço cada sessão irá precisar. O número de páginas varia consoante a publicidade que se angaria para aquele dia, nunca são as mesmas. Algumas páginas transitam do dia anterior e de manhã já tem o plano de publicidade para o jornal. Este plano tem tendência a mudar durante o dia, pois a publicidade para o jornal é sempre pouca. Por isso, se um vendedor consegue um anúncio a meio da tarde, ele vai ser aproveitado ainda que mexa com a paginação.

Enquanto folheia o plano do jornal diz-me entre outras conversas: “ser o interlocutor entre duas áreas de negócio pode parecer difícil, mas faço o que mais gosta e o manter-me atualizada é um ponto a meu favor”.

Conta que “se algum dia alguém viesse fazer o meu trabalho teria que ser desta mesma forma, ou então não iria perceber metade das coisas que acontecem na reunião”. No ecrã do computador podemos ver o programa SpeedWriter, lado a lado com o Illustrator e o Indesign. Em rede, facilmente consegue ver se há alguma alteração que precisa de comunicar aos gráficos ou aos editores. E o processo é o mesmo em outros pontos do país. No Porto, o processo é o mesmo. Só muda a secção de Local, que se o tema assim o propiciar poderá ser chamado para manchete ou capa. Acima de Coimbra há essa modificação. Em tudo o resto funciona da mesma forma. Eles têm acesso ao mesmo plano e trabalham para as páginas estipuladas.

Um dos editores do online começa a fazer as rondas por todas as secções: “isto é uma roda-viva que não para de ser alimentada, enquanto o jornal tem uma vida e um espaço finito”, refere. Ele diz que o trabalho dos editores que chegam de manhã não consegue ser feito sem o trabalho que ele deixa preparado durante a noite. É comum abandonar a redacção perto da meia-noite e diz que “vou embora quando o mundo me deixar”. Mas não sem antes deixar um email a todos os editores online da manhã a explicar o que fez, o que está pendente e o que ficou por fazer. Desta forma a equipa está sempre em sintonia e em contacto, excepto quando dormem.

O sorriso rasga-se quando fala do online pela sua infinidade de possibilidades e opções em aberto, com as suas áreas activas e sempre a serem dinamizadas. O seu trabalho é sempre “última hora” com a atenção de um falcão. Cabe ao editor do online muitas vezes puxar temas exclusivos do site, embora muitas vezes se acabe por aproveitar para o papel. Mas, começa a ser cada vez mais frequente ter temas que são só do site e de ideia que vêm dos próprios editores. No decorrer do seu trabalho e enquanto visita as secções é frequente começar logo a pensar como vai dinamizar determinada notícia e assim que se senta dá início ao agendamento de infografias, vídeos e fotografias ou fotogalerias.

Acompanhamos um dos editores do online pelas rondas em cada área do jornal. Visitei ao seu lado, lembrando sempre quem eu era e o que estava a fazer, as secções de Ciência, Desporto, Cultura, Economia, Política e Sociedade. A primeira secção deu logo

um importante contributo ao online e ao produzir para convergir para o site do jornal e a importância que um determinado tema pode ter para esta plataforma: “temos um conteúdo exclusivo para o site”, refere o jornalista de economia. “Pronto a publicar?”, questiona o editor online. “Isso vai para o papel?”, questionou. “Sim, enviei-te um email com toda a informação”, diz o jornalista. “No papel vai entrar uma coisa pequena, sem grande aprofundamento”.

No Desporto, em dia de jogo para a Champions, a equipa já se prepara para fazer o acompanhamento para o site, mas sem grandes investidas a não ser a crónica do jogo: “vamos ter vivos, X?”, pergunta. “Claro que não. Já sabes que os contratos que temos não são para estes jogos”, afirma. A área da Cultura não deu grande contributo. Alegou estar com pouco tempo e não deu qualquer valor a este tipo de trabalho. A área da Economia ainda precisou de uma breve explicação por parte do editor online: “não estou a perceber o que pretendes”, disse o jornalista da área económica. “Não tens nada preparado para sair para o site?”, pergunta o editor. “Não sei quem está com o site esta semana”.

O editor da secção parecia não perceber a importância de manter o online a par do que estava a trabalhar em vez de o que vai sair no jornal. O editor do online explicou que se ele estiver atualizado sobre o que a área da economia está a fazer menos erros ou falhas poderão acontecer. Por exemplo, ao publicar algo que já foi noticiado, ou o contrário, não publicar algo por não saber que a economia estava a debruçar-se sobre esse conteúdo. No final, acabou por fazer um retrato bastante detalhado de todo o trabalho que a secção se encontrava a produzir.

Em estreita relação trabalha também com o IT (InformationTechnology). Estes são os responsáveis por ter a tecnologia sempre operacional e o site sempre a funcionar no seu melhor nível. Só no dia de hoje já tinham tido três breves reuniões para resolver problemas práticos. Ainda não está operacional o *responsive design* para acesso em telemóveis mas é algo em que têm trabalhado.

### **Dia 3**

A área do Web design é a responsável pelas alterações mais recentes do jornal e alguns elementos acompanharam o que o site do Público produzia há dois anos. Têm uma visão bastante clara do que falhava no site e foi possível perceber que uma grande equipa de

Web designers está por trás do sucesso do relançamento do site. Uma das prioridades foi sem dúvida proporcionar aos visitantes uma melhor visualização da informação. Foi importante reconfigurar a sua organização até porque havia uma insistência, que não sabe se por razões técnicas ou por teimosias editoriais, em fazer uma clara separação do que era online e do que era papel. Por isso, o seu primeiro objectivo era “abolir essa diferença”. Um site não deve trazer mais confusão ao leitor, dando conteúdos separados. Deve ser um produto “único e coeso”. Acontecia algo caricato, lembra o Web designer, havia em certos casos uma duplicação de conteúdos pois os editores usavam notícias que eram dadas na versão “paga” como manchete na versão gratuita. A lógica de negócio aqui era qual? Não sabemos, até porque o leitor era o único prejudicado nesta equação. Porque iria ele pagar um conteúdo se o mesmo iria ficar disponível algumas horas depois? A única coisa que as diferenciava era o aspecto, pois em tudo o resto era uma repetição”.

O site quando lançado há mais de 20 anos já tinha ideia inovadoras, mas com a falta de investimento na renovação da publicação de conteúdos, foi-se tornando num aglomerado de textos, sem ordem, atrapalhando-se uns aos outros. Chegou-se a um ponto, conta, “que já nem se percebia o que era manchete, o que era a notícia principal”. A partir do momento em que se procedeu à revisão completa do site, tudo mudou, “para melhor espero”, refere.

Ao fazer o desenho do novo site quiseram também trazer hierarquia aos conteúdos e trazer hierarquia ao site. Criaram uma secção para os destaques dos conteúdos pagos, para evitar qualquer confusão junto do leitor e foi também uma forma de “espalhar os conteúdos”. Abriam mais o site, criando mais espaços brancos e modificando as colunas que existiam no jornal anterior. Na sua versão antiga o leitor era obrigado a correr por colunas verticais inteiras até ao final do site. Agora, com a nova disposição, a largura modificou, criando apenas dois espaços (um mais largo que o outro) para a inserção dos destaques. A ideia é oferecer maior mobilidade ao site e a configuração das colunas pode ser alterada pelos editores. Foi uma forma inteligente de “limpar o site de toda a acumulação de texto”. Além disso, criaram a meio da página um separador com imagens para os restantes sites do Público (P3, Fugas, Life&Style, Inimigo Público, Ípilson, Guia do Lazer e CineCartaz) que ocupa a horizontalidade toda da página. Mais uma vez a estratégia era criar mais espaços brancos e trazer um separador para as notícias.

Todas estas medidas foram tomadas para facilitar a navegação e eliminar a acumulação de “retalhos de notícias”. Optaram até por reduzir algumas secções temáticas, incorporando algumas que estavam relacionadas entre si, para reduzir a mancha de texto e criar um único separador, mais reduzido, que resuma todas as principais áreas de navegação. A barra dos outros sites do Público também se encontra presente no topo da página e mantém-se ao clicar em qualquer um desses links, para integrar todos os conteúdos e evitar que o leitor se perca da marca: Público. Segue-se um espaço dedicado à opinião que contrasta com os textos, pois junto de cada título há um rosto associado. Há um espaço para a partilha da capa do dia, algo que é bastante partilhado e visto pelo Facebook e a parte final do site é dedicada a áreas fixas que incorporam mais notícias que não se encontram destacadas no topo de página.

Outras coisas mudaram: a paleta de cores é agora mais reduzida e conseguiram, por força da própria tecnologia, aproximar-se à tipografia original do jornal em papel. O site apresenta a mesma fonte mantendo uma ligação não só de proximidade mas de identidade com a marca e com o jornal. A identidade tem a sua continuidade na ficha técnica da redação. Junto a cada notícia encontramos o nome do jornalista. Até aqui nada de novo. Mas associado ao nome, ao clicar, há uma fotografia, um endereço de email e uma pequena biografia, feita pelo próprio jornalista. Há um culto que é privilegiado, numa relação leitor/jornal. Há a possibilidade também de ler todos os artigos escritos por esse jornalista e associado ao login do profissional, os comentários feitos pelos leitores. Muitos dos jornalistas na redação não gostam de deixar o leitor sem resposta, se os comentários forem construtivos ou críticos, não pela lógica do insulto ou da jocosidade. Também os aproxima, o que contribui para uma presença mais clara do jornal junto da audiência.

O incentivo foi também para os comentários. Junto da caixa é possível verificar pequenas mensagens a apelar não só ao comentário, mas também à partilha e ao registo. Ter utilizadores registados é bom para o jornal, mas por vezes o público confunde isso com a necessidade de cobrança. Nas notícias podemos encontrar o contador geral de partilhas nas redes sociais, também como forma de aproximação.

Um dos maiores desafios da equipa de Web design é agora as tecnologias móveis. Como já nos tinha dito a diretora executiva online, há um investimento a ser feito na área de *responsive design*. É um grande trabalho para estes profissionais que estão a

tentar condensar todo o site do Público, tal qual o conhecemos, numa versão que se adapta a qualquer telemóvel em vez de ser o utilizador a procurar a imagem que melhor se ajusta ao seu ecrã. Até aqui o jornal apostava numa versão Mobile, que conduz a um site diferente do original e isso tem as suas desvantagens. A principal é a necessidade de alimentar duas plataformas, o que não fazia muito sentido. Além disso, o Público quer estar na linha da frente na tecnologia que dentro de em breve será a plataforma principal de consumo de informação. Assim, o espaço deixa de ser um constrangimento para o utilizador e falta agora pensar na plataforma informação, a de consumo de notícias. Convergir tudo para a mesma saída parece ser o caminho a seguir.

#### **Dia 4 e 5**

Quisemos acompanhar também a área da infografia e de Web design do jornal. Fomos até à área de infografia que se situa na parte mais recuada da redação, mas para quem surge do corredor inicial é a primeira secção do lado esquerdo. Se por um lado fisicamente estão mais isolados dos restantes postos, nem por isso estão mais distanciados do trabalho que se faz na redação. Estes profissionais são dos membros mais ativos na produção de conteúdos convergentes no jornal e uma clara aposta da direção. Como é sabido, o Público sofreu algumas reestruturações no final do ano de 2012 e perdeu alguns profissionais de várias áreas. Curiosamente, esta área ganhou pessoas, precisamente por ser uma aposta clara e por desenvolverem um trabalho tão rico.

Os estagiários ocupam também o seu espaço. Esta vaga parece mais dinâmica e fazem mais propostas de trabalho, sempre à procura de algo novo e sempre a consultar o editor online se podem avançar com certos temas. Alguns distanciam-se do registo do jornal, que tenta manter a linha editorial do papel próxima do site e são imediatamente recusadas. Curiosamente, os jornalistas afirmam que alguns estagiários têm dificuldade em adaptar-se ao jornal: “os estagiários chegam aqui e acham que por se tratar do site basta dar dois parágrafos ao leitor é o mesmo que não dar nada ou não dar o suficiente”, diz um dos jornalistas. Um dos estagiários veio do Correio da Manhã e as rotinas do jornalismo fácil e “pé rapado” parecem não querer abandonar o jovem. Daí que a maior parte das sugestões serem completamente despropositadas da linha editorial do jornal.

A equipa de área Multimédia aparece agora reforçada e é uma lufada de ar fresco para a secção do online. Já tínhamos falado com a diretora executiva online que nos havia

referido, de facto, era necessárias mais pessoas para esta secção se a aposta era trabalhar ainda mais para o site. Uma das profissionais está no Público há 3 anos depois de se ter formado em Fotografia e ter trabalhado para o concorrente Jornal de Notícias, no Porto. Foi recrutada, conta, “com o propósito de produzir vídeos e foto-galerias para o site” e foi nisso que se especializou. Atualmente, trabalha com o coordenador da equipa de Multimédia, que normalmente agenda os trabalhos que necessitam ser feitos e que são sugeridos pela redação: “não tenho propriamente autonomia. Os jornalistas comunicam ao editor de Multimédia e acaba por ser mais fácil a distribuição do trabalho”, conta a jornalista. “Já tens as galerias prontas?”, questiona o editor enquanto a jornalista fala com a investigadora. “Estou a tratar disso agora”, diz. “Não varia muito. É melhor quando vamos para o terreno”, afirma.

O seu dia-a-dia é dividido entre a construção de fotogalerias diárias, pela entajada aos editores online e a toda a equipa na publicação de conteúdos audiovisuais e na edição de elementos vídeo que sejam necessários. Também em semanas alternadas estão previstos trabalhos dentro e fora da redação. Os trabalhos normalmente remetem para gravação de comentários no espaço reservado para esse efeito. Os trabalhos de exterior são usualmente reportagens jornalísticas. Recentemente contrataram uma jornalista, com formação em comunicação social e habituada a produzir peças jornalísticas, para os trabalhos de exterior. Mais habituada a produzir conteúdos informativos: “não somos suficientes, há muito trabalho. Mas a vinda da Y para a redação é uma grande ajuda para este tipo de trabalhos multimédia”, conta a jornalista.

## **Dia 7**

A directora de Arte do jornal é a responsável pelo novo desenho do jornal em papel. Chegou ao Público vinda do semanário Expresso com uma missão: “fui contratada com a responsabilidade de assumir a mudança do jornal e não havia subterfúgios. As mudanças teriam que ser de fundo se a missão era mesmo mudar o grafismo do jornal”. Era a missão e decidiu agarrar com unhas e dentes. Quando foi contratada o objetivo era mudar o jornal, a área da infografia e as revistas do Público, tudo parte da identidade do jornal.

Seguiram-se as reuniões intensas quer com a redação, direcção, outros profissionais da área de comunicação para, primeiro, decidir que passo teria que tomar. Pareceu-lhe simples decidir que a decisão seguinte seria pedir ajuda a outros designers para

conseguir fazer um bom trabalho. Ou seja, a remodelação do jornal começou com o pedido de ajuda a peritos que conseguissem avaliar o pior e o melhor do jornal e depois delinear um plano de ações a tomar. A escolha a nível nacional era simplesmente insuficiente. Portugal, na altura, estava a dar ainda os primeiros passos no mundo do web design e era muito pequeno para aquilo que eles necessitavam e a diretora sentiu a necessidade de fazer uma “escolha internacional”. Isso causou algum alarido, conta, mas não se importou e seguiu em frente. Visitou muitas redações um pouco por todo o mundo e em países com alguma tradição de sucesso no mundo do web design. A escolha acabou por recair no responsável pelo redesenho do internacional The Guardian e da revista Wired, Mark Porter. Com o trabalho que ele fez foi votado o melhor redesenho do mundo de um jornal: “tivemos também contributos de outros nomes de referência internacional, mas este profissional foi o mentor e o criativo seleccionado e o responsável por muita da aprendizagem que tiveram”.

A escolha não foi ao acaso. Se tinham que escolher alguém que ajudasse no redesenho do jornal, pelo menos iriam tirar o melhor partido dessa experiência. E porque não torna-la, acima de tudo, uma experiência de aprendizagem? Mark Porter não ajudou apenas no redesenho do jornal, mas veio para o Público ajudar a criar novos métodos de trabalhos – relatando e ajudando a perceber como é que tudo se fazia lá fora – ajudou a criar novas rotinas no interior do jornal e no seio da redação, métodos de organização e novas metodologias. O redesenho do jornal não foi só no seu exterior, foi no interior da redação também e, conta a diretora, “acima de tudo queriam aprender e aprender”.

Foi há 7 anos, conta a diretora, que se seguiu a mudança do logótipo, um passo gigante para o jornal, que passou da antiga palavra a negrito para um grande P vermelho e a palavra Público na vertical, e depois toda uma vaga de mudanças em termos não só de redimensionamento do jornal, mas questões mais rígidas como “o tamanho do título, a organização das páginas, o lettering, a disposição das imagens, etc.”.

O resultado desta parceria fez-se sentir pouco tempo depois já que o jornal Público ganhou o Lápis Amarelo. Pela primeira vez na história dos conceituados prémios de design D&AD, um jornal português vencia o prémio na categoria Magazine & Newspaper Design, tanto pelo desenho do caderno principal e do caderno P2. Este prémio é o equivalente a uma medalha de prata, mas este prémio é também considerado “os Óscares do design”.

Mas as mudanças ao jornal não se ficaram por aqui, já que foi ela uma das principais responsáveis pelo redesenho do site do Público, lançado no final do ano passado. A remodelação do site não estava prevista no seu plano, mas foi-se proporcionando com o tempo. Relata que começou por trabalhar mais perto da equipa responsável pela web design do site e com a consciencialização que havia dois produtos separados, mas que não estavam em sintonia: “o mais importante sempre foi a questão da identidade do jornal”, independentemente da plataforma, afirma. E sentia acima de tudo que era um trabalho em paralelo e não em conjunto”.

Estivéssemos a falar do site ou do jornal em papel, havia qualquer coisa que estava a falhar. Na verdade o site do Público já tinha muitos anos e quando surgiu não se pensou nestas questões que na verdade o estavam a distanciar de uma plataforma irmã, que deveria ser um espelho e não uma coisa totalmente diferente.

O processo de mudança do site foi semelhante ao do jornal. Em 3 anos a equipa de web design mudou completamente, com a saída de algumas pessoas, a contratação de novo pessoal, mais especializado e a remodelação das equipas adjacentes. Uma das remodelações foi a entrada da diretora executiva online que em conjunto com a diretora decidem fazer um site de raiz, “começar da estaca zero”, lembra. E rapidamente esta relação de trabalho começa a dar frutos. A diretora já contava com uma vasta experiência internacional e começaram a falar com vários especialistas internacionais também, a pedir que olhassem para o site e que sugerissem modificações. Decidiram então começar em branco, era demasiado difícil modificar o que já tinham aquele modelo. O conceito central do site era que “seria um sítio voltado para o leitor”. Essa seria a missão: ter sempre o leitor como prioridade.

Começaram então, juntamente com a recém formada equipa de Web design, a estruturar uma nova fórmula, voltada para o leitor, um jornal do leitor, sempre numa aproximação ao conceito iniciado no papel: “discutíamos muitas vezes eu e a Simone, mas concordávamos em algo essencial: o jornal ganha mais quanto melhor tratar o seu leitor”. Então tiveram muito cuidado em criar um espaço de fácil leitura, com espaços só dedicados a ele – comentários, o espaço do leitor – para que ele se sinta confortável na visita ao site, para que seja o mais simples possível de navegar e acima de tudo, que permaneça na página. A retenção do leitor é prioridade para qualquer negócio “e o online não seria certamente diferente”, conta.

Estes “miminhos ao leitor ou o piscar o olho ao leitor” cria uma relação de maior proximidade que o jornal quer manter sempre. Até nos produtos multimédia, criaram pequenos detalhes que ajudam à visualização dos vídeos; nas infografias trouxeram o dinamismo e a interatividade que a página necessitava. Nada foi deixado ao acaso. Dois trabalhos distintos, mas que envolveram esforços semelhantes. A relação com a diretora executiva online viria a revelar-se desafiante. Conta que gostam de se desafiar uma à outra sempre que podem, e que isso acaba por ter resultados muito promissores: “a Simone é uma máquina de trabalho que está sempre a pensar um pouco mais à frente e sempre a ter ideias e obriga todos a estarem no seu melhor”, refere a diretora de arte.

As transformações do papel e do site tiveram pontos de desafio diferentes: no papel depois das transformações introduzidas a mudança decorreu mais ou menos de forma linear e o processo foi evoluindo gradualmente. Já com as transformações do site o esforço e atenção têm que ser permanentes, sempre a pensar no minuto seguinte e não no dia seguinte como acontece com o jornal em papel.

A diretora lembrou que com o redimensionamento do jornal criaram-se regras, uma espécie de manual de estilo que os jornalistas e a direção tiveram acesso logo pela altura do seu lançamento. No início criou algumas questões e constrangimentos. Os jornalistas achavam que apesar de o manual existir, as regras não precisariam “sempre” de ser respeitadas. Enganaram-se. A diretora foi sempre muito clara nesse aspecto e talvez até um pouco intransigente, mas não poderia ser de outra forma, pois “há regras que nunca podem ser quebradas”.

“Tenho uma equipa maravilhosa. E forte. E bem oleada”, assume triunfante. Os processos já são mais automáticos, fruto dos anos de trabalho que contam juntos. Há sempre um diretor de fecho ao serviço que faz os últimos ajustes da publicação em papel e que vai auxiliando em todo o trabalho até enviarem o trabalho final. Quanto aos gráficos, em particular os que trabalham com a infografia do jornal - falamos em papel e para o site - a diretora escolhe bem as palavras: “são a minha equipa vencedora, um orgulho para todos nós. Há muito que procuravam o seu espaço não só na redação, mas nas plataformas também”, afirma.

A directora lembrou também que quando reorganizaram esta equipa, os infográficos souberam posicionar-se em muito pouco tempo. Hoje em dia apresentam um trabalho sem comparação no cenário nacional. Há uma grande diferença entre este jornal e os

restantes: enquanto nos outros diários a infografia está em decadência, no Público apostam nestes profissionais todos os dias. São quatro infográficos no total e é uma equipa não só faz trabalhos inovadores, como ao longo do tempo conseguiu conquistar uma “identidade da infografia”, que não se distancia dos objetivos do jornal. Se antes as infografias se socorriam muito do que era produzido lá fora, e pobremente adaptado cá dentro, hoje a equipa tem produção própria. Em toda a redação é salientado o trabalho notável que fazem e como é simples trabalhar com eles, porque entendem o que é necessário fazer para que os conteúdos resultem: “grande parte da redação está sensibilizada com a eficácia da infografia, que no jornal ocupa muitas vezes uma página inteira e no online tem uma visibilidade e atratividade notáveis.”

Com trabalhos tão excepcionais o passo seguinte foi mesmo começar a ganhar prémios, a serem reconhecidos pelo seu trabalho. O editor, com quem já falamos, é muito impulsionador para que todos contribuam com ideias e “o seu nível de exigência é muito alto”, relata a diretora. E admira essa característica nele. Não conseguem fazer mais produção infográfica “porque simplesmente não há tempo”. O cenário mais comum é vermos esta equipa a pensar em maneiras alternativas de contar graficamente uma história, de retratar cenários, eventos, acontecimentos especiais. O desejo da diretora é que “o nível cresça ainda mais”.

O seu dia-a-dia não é só direção criativa. Na ausência de elementos da sua equipa - em caso de férias, folgas, etc. - Diz que “muitas vezes sou diretora, outras sou gráfica, outras sou do marketing”. As solicitações são imensas e multiplicam-se a cada passo que dá pela redação. Restam as reuniões de redação, que diz “causam mais frustração do que bem”, pois sente que está a perder muito tempo. Vai a algumas das reuniões, não a todas. Nas semanas ou dias que se pautam por temas fora do comum ou mais complicados, aí não falta. A sua presença torna-se essencial precisamente nos imprevistos, quando é preciso mudar o que nos outros dias é mais ou menos rotina.

É nestes momentos que a ajuda criativa auxilia o jornal e o torna mais operacional. Restam as reuniões de capa. Essas é ela mesmo que decide o que resulta e o que não resulta. São opções criativas que se entrelaçam com decisões e critérios jornalísticos, mas onde um olhar de uma directora de arte pode ser fundamental e determinante para o sucesso ou insucesso de um tema jornalístico.

## **Dia 12**

Uma mulher. A diretora do jornal. Chega cedo, todos os dias. Sai tarde todos os dias. Tem consciência dos problemas que ainda tem por enfrentar, mas não é mulher de medos, mas de coragem. Bem-disposta, com garra, faz muitas vezes a pergunta “porquê”, mas transparece muita calma por todas as salas onde se movimenta. Ao mesmo tempo, a sua presença é respeitada, ninguém fala da diretora, nem bem, nem mal. Mas faz-se notar sempre que se movimenta, sempre que fala com os seus diretores. Nota-se que é jornalista, e nem por estar como diretora, deixou de o ser. No seu escritório, exhibe de forma discreta os prémios do “seu” jornal e encabeça livros que correm várias estantes. Muito próxima de todos os seus diretores, reúne várias vezes ao dia com eles.

É mentora de um projeto inovador no jornalismo português: Público +. Os seus olhos brilharam quando falou “deste seu projeto”. Contou que em 2009, o Público já estava com dificuldades financeiras e lembrou-se de tentar arranjar forma de continuar a obter conteúdos pioneiros do jornalismo, de investigação, carregados de histórias, de profundidade e de interesse social: “imprimi o Psi 20 e pedi reunião com as empresas mais ricas de Portugal. Sete disseram sim”, afirma orgulhosa. Apresentou o seu projeto e de um total de 15, conseguiu 7 mecenas. Este fundo é gerido inteiramente pelo jornal e apenas o Público tem decisões editoriais sobre o que pode ou não pode ser suportado por este fundo. Os jornalistas apresentam propostas, várias propostas, para se candidatar a “serem patrocinados” pelo Público +.

Era inevitável abordar as questões financeiras e de constrangimentos dos jornais em papel. A aposta, segunda a diretora, é que o Público continue a ser pioneiro. Já o foi quando se lançou na Web, mais tarde com as apostas gráficas e recentemente com as aplicações e tecnologias móveis: “independentemente da plataforma a que se refere, o compromisso é sempre o mesmo: com o leitor.”

Fala com orgulho na sua redação, da sua heterogeneidade, muito embora admita que as alterações foram muitas ao longo dos anos. Ainda há elementos “mais antigos” que se mantêm pelo jornal e foram adaptando-se o melhor que sabem aos desafios da tecnologia e das mudanças estruturais trazidas pela Web.

Também não se inibe de esconder que a redação não está completamente integrada, mas o esforço é nesse sentido: “sentimos é que há um grande apoio de todos os elementos da direcção em apoiar os jornalistas e até lembrar de que há hoje alternativas na hora de elaborar os conteúdos. O que tem que mudar é o ponto de partida, ou seja, pensar multimédia e multimeios”.

Deu o exemplo da jornalista responsável pelo trabalho “Filhos do Vento”. A jornalista fez a proposta à directora, que de imediato apoiou, mas a ideia inicial era apenas escrever texto: “fui eu quem acionou os meios necessários para que a jornalista pudesse levar consigo não só um fotógrafo, mas também alguém que fizesse vídeo. E na verdade, só depois de a jornalista ter regressado da viagem, ter visto o trabalho final em multimédia é que percebeu o grande erro que iria cometer caso a directora não a tivesse ajudado. Ela (Catarina) nunca mais vai pensar num trabalho da mesma maneira”, explica referindo-se à importância da multimédia no jornalismo.

Constatou também que as mudanças estão também com o leitor. Mudou a plataforma de leitura e de acesso, mas mudou também a predisposição para ler determinados assuntos, aquilo a que a directora chamou de “The reader’s revolution”.

## **Dia 15**

A secção de sociedade é a primeira à esquerda da entrada da redação. São muito poucos e o ruído dos telefonemas não parecem incomodar ninguém. Falam lado a lado, ao mesmo tempo, como se reinasse o silêncio absoluto. Ao olhar para o lado percebemos que uma das jornalistas guarda os seus contactos da área da educação numa simples folha de Word e não tem medo de a usar. O editor de sociedade trabalha sempre com uns headphones gigantes cor de laranja. As grandes orelhas laranja não passam som, apenas abafam o ruído, para que “esteja concentrado o máximo possível”. Escreve, edita, reescreve. As teclas do seu computador estão visivelmente massacradas pelo fervor com que escreve. Na outra ponta, a mais distante do jornal, está a equipa do P2 que nos últimos tempos conheceu uma nova vitalidade: “valorizo muito esta equipa, diz a editora. “Especialmente porque a publicação também vive muitas das colaborações.”

Os conteúdos do P2 normalmente são compostos por “Grande reportagem” e “Um tema internacional – às vezes mais”, conta a editora. A publicação mudou recentemente do formato diário para semanário. Uma estratégia do próprio jornal que pretende chegar até

“às pessoas dispostas a ler conteúdos de longa duração” e que o público do Público “tem que saber escolher o que quer ler, o que lhe interessa. No fundo são smartchoices de que falamos”, conta a editora.

Outra estratégia foi diferenciar-se do que já existia e tentarem criar e fidelizar uma audiência. Daí que mantenham o papel “como exclusivo” pois acredita que se o público quer produto de qualidade: “tem mesmo que pagar e as pessoas têm que perceber que a qualidade se paga”. No site, podemos observar apenas um teaser um ou dois antes do lançamento da revista. Quando a questionamos sobre uma possível abertura de conteúdos para o site a editora afirmou que a “exposição de conteúdos terá que ter um preço e não há abertura para o gratuito”.

[alguns meses depois a revista viria a estar disponível no site, embora apenas certos conteúdos e incompletos, mantendo a exclusividade do conteúdo numa versão paga. Um site composto em html5 e que contém elementos multimédia, construído à imagem e semelhança do site do Público].

Mesmo ao lado, a secção life&style é feita apenas por uma pessoa, que de certa forma ilustra o seu posicionamento face ao próprio jornal. Utiliza a Internet em seu benefício e acredita que com a tecnologia é possível fazer tudo sem olhar a “tempos de fixação ou sem tirar o rabo da cadeira”. Descobre que esse é o ponto mais positivo “a liberdade para receber informação de muita qualidade.” A editora life&style procura formação sozinha, só colabora com o site e não faz nada para o jornal.

## **Dia 16**

No Porto não há uma equipa apenas vocacionada para o online, mas os jornalistas fazem notícias para o site através do programa de back office: “eu sei que a redação tem a consciencialização da importância do online, mas são os processos para lá chegar que não estão a funcionar”, lamenta o jornalista. Os processos tecnológicos são que nem sempre são os mais ágeis. Ao falarmos com outro jornalista percebemos que nem todos os jornalistas têm acesso ao sistema: “não estão autorizados a publicar de forma autónoma, tudo passa por aquele grupo ‘privilegiado’ de pessoas em Lisboa que têm uma senha específica”, lembra. Isto parece no mínimo arcaico, embora de certo evite alguns problemas de duplicação de notícias, mas altamente diferenciador e desigual para duas redações que são integradas e espelho uma da outra. Também não têm nenhuma

equipa que trabalhe apenas a área de multimédia, mas alguns dos fotógrafos que trabalham nesta redacção já sabem fazer vídeo e começa a tornar-se algo mais usual.

## **Sinais de convergência, Redes Sociais e Produção Multimédia**

### **Dia 1**

Nota-se uma grande convergência não só de meios, mas também de ideias. Há uma grande cumplicidade sobre o que vai ser escrito e o que vai publicado, no que respeita ao site. Os jornalistas e os editores dirigem-se à mesa da editoria online já com certezas e confiando no processo. E, um ponto muito positivo, não recai tudo na mesma pessoa. Há um diálogo frequente entre todos os que colaboram para o site.

E apostar em conteúdos convergentes parece ser uma máxima destes editores. Por exemplo, em manifestações é pedido aos repórteres de imagem que tenham material suficiente para uma galeria de imagens, em vez de ter apenas uma duas fotografias. E já aconteceu muitas vezes do próprio profissional captar o som dessa manifestação e ilustrar a galeria fotográfica com esse mesmo som. Estes profissionais estão habilitados a trabalhar não só com a fotografia, mas com toda a área do audiovisual. Ainda assim, um dos editores referiu que “este tipo de conteúdo não tem grande aceitação por parte de quem visita o site” e só notam grandes afluências em casos muitos mediáticos. Isso já aconteceu com vídeos publicados no site e que foram feitos propositadamente como conteúdo convergente. Porém, também já aconteceu de experimentarem enviar vários jornalistas estagiários e ser pedido para fotografarem esse evento, mas o resultado ficou pobre. Nestes casos, a máxima do jornal é apostar em conteúdo com qualidade, não em todo o tipo de conteúdo. Em relação às tecnologias móveis não há grande planeamento. É uma reprodução do que é publicado no site e não há uma estratégia de divulgação de conteúdos para móvel.

### **Dia 3**

No final do dia, em conversa com um dos editores online, percebi que o Público ainda se está a adaptar a muita coisa. O esforço a que assisti hoje, que é dividido por outros colegas numa semana normal, foi quase sobre-humano. É que na verdade diz o editor “há uma integração gradual de todos, mais fluida que determinista, vamos fazendo aos poucos”. E é os poucos que fazem com os que outros jornalistas percebam a capacidade que o online desempenha no sucesso do próprio jornal. Em vez de determinar de forma

tão rígida qual o papel de cada um, os editores online vão ajustando o que pretendem de cada área com a capacidade de cada um. Admite que a sua maior dificuldade é “pensar em pouco tempo um período tão grande de publicação como é a internet e depois pensar na sua constante renovação”.

Quando lhe perguntei quais os pontos de convergência da redação, disse-me que acredita mais na partilha de áreas do que a convergência. Por exemplo, o jornal tem vídeo, mas não é sua intenção ser uma televisão, pois sabem logo à partida que nunca vão ser tão bons. Por isso, o objetivo não é esse. É sim conseguir a integração de vários apontamentos - seja vídeos, sons ou infografias - que consigam modificar o modo de visualização da notícia. Mas ainda há um longo caminho a percorrer. Nem mesmo os estagiários, supostamente uma geração que vive e conhece mais a fundo o hipertexto, não conseguem ter a capacidade de pensar multimédia. Limitam-se a ficar agarrados a conceções estereotipadas do que é jornal e a simplesmente escrever. Hoje o Público já não é só isso. Mesmo quando lhes é pedido para pensar em trabalhos jornalísticos, nunca incluem sequer a contemplação de executarem um vídeo ou um som. E, na redação, até mesmo os jornalistas mais velhos conseguem ter a perceção que é necessário pensar nisto também.

Lamento porém a falta de recursos. Na área da Multimédia trabalham poucas pessoas e isso diminui a variedade de vídeos que são produzidos. Daí que se aposte muito na parceria com a TVI, sendo que grande parte dos vídeos aproveitados são os diretos e não propriamente as reportagens realizadas pela estação de televisão. Com o despedimento de tantos jornalistas houve, simultaneamente, a aposta no online, mas não deixa de ser paradoxal fazer isso com uma redução associada. Acredita que com mais pessoas era realmente possível fazer muito mais. Haveria mais tempo para planear o online em vez de viver sempre no “última hora”. Quando começou chegava ao final do dia sem se levantar. Hoje já se obriga a fazer uma pausa. Mas verifiquei que o dia passa e os editores estão sempre de olhos postos no ecrã e atentos ao mundo lá fora, na Web.

## **Dia 6**

No geral a redação está sensibilizada para a integração, mas ainda há os que resistem. E os que resistem fazem-no porquê? Uma das respostas que ouvimos foi “resistem ou porque são mais velhos e não querem ir por esse caminho. Mas acredito que a razão maior, a mais legítima é mesmo o receio de perder qualidade no seu trabalho”. É

indiscutível que em todas as redações vão haver sempre os jornalistas que resistem mais à integração com o online, mas de facto este argumento parece a esta jornalista o “mais válido de todos”, porque lida com algo fundamental no jornal: a qualidade do trabalho jornalístico. Se não for pela qualidade o que vai distinguir no futuro uns jornais dos outros? E quando se fala em qualidade, engloba a profundidade dos temas, a credibilidade junto do leitor e todos os outros valores tradicionais do jornalismo.

### **Dia 15**

Em conversas paralelas entre jornalistas ouvimos que anda pela redação uma consultora que faz reuniões regulares com os jornalistas e foi abordada a questão do desmembramento do “núcleo duro do online” em detrimento da separação das pessoas que neste momento se concentram mais no online - muito embora todas elas continuem a produzir ao mesmo tempo para o papel - para as redistribuir por secções novamente. Dentro das secções elas arranjarão maneira de fazer o que já fazem atualmente, mas estariam, organicamente, vinculadas a uma secção. Poderá avizinhar-se uma nova forma de integração, deixando a “frente de batalha” aos editores do online e o restante conteúdo a ser produzido pela redação.

### **Dia 16**

Hoje não há uma equipa de online no Porto, mas continua sobrecarregado. Quando chega pela manhã, conta, até antes de tomar o pequeno-almoço começa por olhar para o site e para as principais notícias. Assim que chegam, elaboram para o site tudo o que for necessário. Pouco antes do almoço é que começam a planear o que sairá no papel e durante a tarde o trabalho tem que se dividir entre as duas plataformas. Só ao final do dia começa com o texto para o papel.

Um dos jornalistas lembra que o modelo de negócio dos jornais está falido e lembra palavras do jornalista e diretor do grupo Impresa, Pinto Balsemão, quando afirmou que na indústria dos *media* não pode ser só um a fazer a mudança, todos têm que mudar. Enquanto isso não acontecer, os jornais continuarão em queda.

Os jornalistas da redação do Porto são cerca de 27 e dividem a sala com alguns infográficos e fotógrafos. Mas é um espaço muito pequeno, em forma de retângulo com as mesas dispostas horizontalmente. Jornalistas não são muitos, pois muitos estão em

período de férias, mas ocupam pelo menos metade da sala, virados de costas uns para os outros, concentrados nos seus contactos.

À chegada encontramos logo o diretor adjunto. É demissionário do seu cargo já há algum tempo, mas reservou a manhã para falar com a investigadora e permitir mais algum tempo de observação e de conversas informais. Não demorou muito tempo a ficar à vontade e foi possível ter uma conversa, mesmo tocando assuntos mais suscetíveis como o da sua demissão do cargo. Vai continuar no jornal Público, mas na sua área, a Economia.

Contou-nos que ao olhar para o trabalho que o jornal no Porto faz com Lisboa, se trata de uma verdadeira parceria e que “as duas redações funcionam integradas”. Logo pela manhã fazem a reunião de redação por videoconferência e têm acesso à mesma agenda de Lisboa. Integrada - com Lisboa e com o site - tem a facilidade de chegar a outros pontos do país: “é uma extensão e não uma delegação”, diz o diretor e o norte é muito forte no jornal. Se por um lado em Lisboa, perante assuntos da capital, conseguem fontes mais centradas em Lisboa, a redação do Porto tem a abrangência a concelhos fora do Porto. Daí que “55% dos lucros advenham de Lisboa e os outros 45% do Norte do País”.

## **Dia 5**

Para as redes sociais e aos comentários do site, há um gestor que trabalha próximo dos editores do online. Faz uma gestão autónoma mas sempre com recomendações e linhas das chefias. Além da gestão do comentário do site, que tem sido bastante produtiva, estão a tentar resolver o “problema dos comentários anónimos” que muitas vezes são feitos apenas como propósito de insulto. Nas redes sociais, o jornal tem uma conta no Twitter, em que a publicação é automática e não propriamente planeada, ou seja, quando algo é publicado no site escolhem gerar conteúdo para o Twitter se assim o entenderem. Em relação ao Facebook, as publicações são actualizadas de meia em meia hora e regista-se um grande dinamismo da página. Há um responsável por gerir os comentários do site: “não é um trabalho simples. Um espaço que deveria promover a reflexão, o diálogo e a discussão (saudável) de assuntos do dia, transforma-se muitas vezes numa ferramenta de ataque e de insulto fácil. Daí a necessidade de gestão. Corre-se o risco de muitas vezes serem acusados de autoritários ou de não respeitar a liberdade de expressão, mas nada disso tem validade de contabilizarmos na verdade o número de

comentários minimamente aproveitáveis”, afirma. Inicialmente quando se lançou o site a proposta seria de criar, dentro dos próprios comentadores, gestores de comentário. Através de um sistema de pontuação e popularidade e consoante a qualidade do que iam publicando, subiriam no patamar de “fama”. Isto ainda não é possível e não é seguro que alguma vez o seja. Infelizmente, muitos dos comentários são de teor xenófobo e insultuoso e nada têm a ver com a notícia que está a ser publicada.

Por exemplo, o jornalista acredita que se se permitir comentários que utilizem a palavra ignorante que isso irá centrar as atenções no comentário e não na notícia e a espiral de insultos que se vai seguir será quase inevitável. Como disse o jornalista, “é uma faca de dois gumes”: por um lado têm que fomentar a participação, mas por outro tem que ser mediada, caso contrário perde-se o objectivo central. Outro aspeto dos comentários é que pode ser úteis à ação do próprio jornalista. É comum serem apontadas incorreções, ou gralhas que são imediatamente corrigidas e muitas vezes o próprio jornalista responde ao leitor. Em outras ocasiões foram aproveitados comentários - que apesar de não terem sido publicados - foram investigados e daí resultou um conteúdo noticioso. Contudo, denúncias não são aceites no espaço de comentário por serem potenciais desencadeadores de comentários negativos. Há processos em tribunal por comentários publicados e nos quais a pessoa se sentiu lesada ao ver a publicação desse comentário.

Algo que estão a tentar arranjar uma solução, como já tinha referido a própria diretora executiva online, é acabar com os comentários anónimos, que se estima sejam quase 90% da totalidade de comentários. O Twitter é gerado automaticamente e agora para qualquer conteúdo. Antes do novo site havia uma preocupação maior com o que era publicado, mas agora é perceptível que os utilizadores desta rede social não têm muito tempo para ver os seus feeds. Só se estiverem interessados num determinado assunto é que o vão procurar. Quanto ao Facebook a política editorial é diferente. Com publicações de um intervalo mínimo de 30 minutos, usualmente é publicado um comentário seguido do link ou fotografia, sempre direcionando para o site. O jornalista responsável por esta área diz que esta rede direciona muita gente para o site do Público, no entanto o seu conteúdo tende a ser muito conservador. Apostam num esquema que não foge à regra de texto e link pois a audiência do jornal tende a encarar como elemento disruptivo: “a audiência mais tradicional do jornal dificilmente quererá ver a moda Lisboa ou moda Paris nas notícias de Facebook correndo o risco de serem acusados de se desligarem das “raízes do jornal”. Daí que seja mais seguro formatar

estes conteúdos ao esquema mencionado”. A página do Facebook do Público, mesmo assim, tem 350 mil gostos e no fim-de-semana flutua entre as “800 mil e 1 milhão de visualizações”, segundo o jornalista.

## **Dia 6**

A meio da tarde o editor reforça instruções ao gestor de comunidades para publicar nas redes sociais e a forma como a notícia que está na manchete da homepage do Público deve ser promovida. As notícias no Facebook são sempre promovidas com um pequeno texto e o link que redireciona para o site: “arranja um título mais sugestivo, já que no interior da notícia isso é relatado em on”, afirma o editor online. É uma estratégia interessante por parte da equipa. Não só alimentam as redes sociais, como provocam um motivo para suscitar maior interesse junto dos internautas. Isto não seria possível sem uma coordenação próxima com o gestor de comunidades: “todas as manhãs partilho no Facebook a notícia mais partilhada, a mais lida e a mais comentada. As pessoas reagem a isto logo pela manhã e dá uma sensação de cuidado com o leitor”, relata o gestor de comunidades.

## **Produção Multimédia**

### **Dia 1**

O Público é conhecido por ter diferentes aplicações para móveis e é algo em que têm investido: a versão para o Iphone diferente da versão para Android; no Tablet, aplicações para Ipad, Android e o mais recente Windows 8; Aplicações para Kindle; e aplicações para sites Mobile: “é importante apostar na diferenciação se realmente queremos entrar na era da convergência”, afirma a diretora.

Não há muito tempo, no aniversário de um acontecimento político mundial, reparou que nada estava a ser preparado para o jornal. Então decidiram fazer uma forte campanha no online. Com o auxílio de imagens vídeo da Reuters e algumas fotogalerias conseguiram produzir um conteúdo Público, para os seus leitores e que os diferenciou dos restantes. Estes conteúdos entraram logo para os mais vistos do site com acessos incríveis e recorde: “usamos algumas vezes a Reuters. Recentemente, a agência disponibilizou um feed de livestreaming que o Público já aproveitou muitas vezes e usou na sua homepage”, relata um dos editores multimédia.

Um outro aspecto que ainda não está totalmente definido é o espaço de comentário. Deveria ser feito pelo menos um por dia. Mas a periodicidade ainda não está definida e é algo que acontece quase de forma espontânea e sem grande planeamento: “comentários? Podemos fazer três num dia ou nenhum”, diz uma jornalista do online. “A ideia é fazer algo com uma periodicidade mais regular e por área temática. Estão a ser tomadas decisões nesse sentido pois sentem que teriam muito a ganhar com isso”, continua. Essa instabilidade transparece como desorganização, mas a verdade é que o novo site ainda tem pouco tempo, e há algumas coisas que demoram mais para uns do que para outros.

## **Dia 2**

Um outro caso, em convergência com a área de Multimédia, está a ser preparado um vídeo sobre uma figura que apareceu num programa de televisão como inovador e irreverente para a geração “à rasca”. Ele é um dos rostos do dia ao assumir um cargo - político talvez - num programa de empreendedorismo jovem. O vídeo está a ser preparado e será incluído na própria notícia, uma vez que a galeria multimédia é reservada apenas para trabalhos do Público. A área de multimédia é recente no Público. É gerida apenas por duas pessoas, embora conte com alguns colaboradores periódicos que fazem vídeos para a secção. A edição e a programação de conteúdos audiovisuais não são tomadas de ânimo leve. São decisões difíceis e nem sempre aceites e compreendidas por alguns elementos da redação. O editor de plataformas e multimédia faz um retrato do jornal e do jornalista: “a pessoa que sai à rua de bloco na mão e faz a notícia. Essa é a nossa filosofia”, conta. “Aqui não há jornalistas canivete”, afirma o colega do lado em tom de brincadeira, referindo-se ao jornalista que faz de tudo para o jornal, ou também conhecido como jornalista polivalente: “fizemos algumas experiências nesse sentido mas rapidamente perceberam que não iria resultar.”, continuou. Este jornalista ainda não se habituou à tecnologia e resiste muitas vezes em adaptar-se a ela. As narrativas, que são tão diferentes, não convergem na mente do jornalista.

Falamos de um jornal que vive e sobrevive do texto e da escrita e que se está a adaptar a conteúdos multimédia, em especial, o vídeo. Parte dos trabalhos são entrevistas, uma outra parte diretos e alguns apontamentos audiovisuais que tentam quebrar a rotina. O editor afirma que há muita gente a sugerir ideias, mas ele não se coíbe de dizer não, pois as ideias não estão a ser pensadas tendo em conta o tempo e a qualidade do que dali irá

resultar. Ou se produz algo com qualidade, ou então não se produz absolutamente nada. Nem mesmo os fotógrafos, e muitos deles sabem fazer vídeo fazem as duas coisas em simultâneo. O som, por norma, é algo que não é muito aproveitado.

“Temos som Y”, avisa um jornalista do online. “Ok, mas não é para encaixar. É muito “maçudo” diz o editor. Quando questionado do não aproveitamento deste elemento afirmou que não capta a atenção de quem navega no site. Ainda lançaram alguns podcasts – quando havia a moda do podcast – mas ao fim de algum tempo perceberam que o retorno era tão pouco e o trabalho que dava era tão grande que abandonou o projecto.

Há também resistência aos móveis. O Público tem edições exclusivamente pensada para Ipad, como o Ípilson que muda a sua configuração todas as semanas, mas ainda há jornalista que não entenderam o alcance que isto tem nem que poderá ter num futuro próximo. Defende que ainda é preciso muita mudança. O editor cita o New York Times argumentando que até eles dizem que não sabem tudo sobre o vídeo, mas aos poucos conseguem dar valiosos contributos na área da multimédia. O esforço deveria ser no sentido de pensar o online com tanta precisão como executam o seu trabalho jornalístico e a redacção de um texto para o papel. O vídeo também conta histórias, acrescenta valor e dinamiza de uma forma esmagadora quando é bem executado.

A área que mais contributo dá para a secção - e também porque as temáticas são mais susceptíveis de serem agarradas desta forma - é a cultura. Já referida pela diretora executiva online como uma área em crescimento no online.

### **Dia 3**

No site anterior as infografias não tinham tanto destaque. Não eram sequer puxadas para a *homepage* e era difícil de as localizar a não ser que estivesse junto do texto da notícia. Agora aparecem no interior da área de Multimédia: “onde vamos encaixar isto?”, questiona um jornalista de economia. “No interior da Multimédia”, afirma o editor. “Achas que resulta? Ou somos Infografia ou então somos só Multimédia e os outros conteúdos são outra coisa”, responde um dos gráficos visivelmente chateado por o seu trabalho estar a ser encaixado num sítio diferente.

De facto, a infografia por si só é capaz de incorporar vários tipos de conteúdo: pode ser uma imagem estática (um mapa, um gráfico, um desenho) ou então pode resultar numa

animação que pode incorporar tudo, fotografia ou galeria fotográfica, vídeo, som, gráficos, tudo em plataforma interactiva. Ao olharmos para o destaque da área Multimédia percebemos que não havia nenhum destaque para nenhuma infografia: “o editor de plataformas muitas vezes não vê o que está a ser feito e ao olharmos para aqui vemos mais vídeo”, responde o gráfico ainda sobre a discussão anterior. Seria de esperar que fossem duas áreas mais próximas do que na realidade são. A infografia é infografia, mas a Multimédia é vídeo e galerias fotográficas: “só quando há um grande esforço por várias equipas e a infografia tem uma dimensão grande para a notícia é que poderá ter maior destaque no separador Multimédia”, refere o gráfico.

O Público desenvolve muito bem este conceito e percebemos ao longo destes dias que a infografia é não só pensada pelos jornalistas, como é provavelmente o conteúdo multimédia mais utilizado. Esta secção é feita de jornalistas, que se especializaram na informação gráfica animada mas que continuam a trabalhar a informação como um qualquer jornalista. Já ganharam imensos prémios pelos trabalhos gráficos que executaram e são reconhecidos na Europa pela sua execução. Como poucos o fazem, a infografia sobressai realmente no site. No jornal, a aposta acaba por ser em algo mais estático, mas mesmo nestes casos nada é deixado ao acaso.

O jornalista conta que antes das mudanças do jornal os jornalistas tinham mais tempo e mais disponibilidade para pensar em trabalhos que pudessem ser executados e trabalhados como infografia. Nessa altura, os próprios jornalistas recolhiam a informação e passam os dados aos gráficos para que eles pudessem executar graficamente: “às vezes os jornalistas até já vinham com ideias claras do que queriam e nós só tínhamos que executar. Agora é bem diferente”, conta um dos jornalistas da infografia. Frequentemente, e isso foi visível durante o período de observação, os jornalistas da secção dirigem-se até aqui e pedem um trabalho numa determinada área. Isso significa que os jornalistas da infografia têm não só de executar como recolher toda a informação que vão necessitar para realizar o trabalho. No final, o jornalista - enquanto especialista de uma certa área - apenas faz uma revisão do trabalho. Classifica toda esta interação como “uma partilha de esforços” entre as equipas e quando é assim tudo funciona melhor.

O seu trabalho é por isso também muito autónomo: “eu olho para o site e já procuro notícias que tenham potencial para ter alguma infografia”, afirma um dos jornalistas de

economia que estava a preparar uma peça sobre desemprego. Isso aliado à informação gráfica que recebe das agências dá-lhe as ferramentas que necessita para começar, por sua conta, a elaborar gráficos, maioritariamente estáticos. Os animados já requerem outra antecipação. Depois de feito envia para os editores online para, se assim o entenderem, utilizarem essa informação.

As infografias também não são feitas todas de uma só vez. Têm vários graus e podem ser trabalhadas aos poucos, à medida que se vai reunindo mais dados. Depois da animação inicial feita é possível ir acrescentando informação de valor e enriquecendo o trabalho, seja com mais animações, seja com um conjunto de dados adjacente ao primeiro resultado. Não há uma grande aposta na inclusão de som nas infografias, mas fazem “quando podem, pois exige algum tempo a editar e nem sempre é prioridade”. Alguns jornalistas, porém, são de opinião que a infografia deveria ser o menos elaborada possível: “isto vai ficar assim?”, questiona um dos jornalistas da política. “Sim, e ainda precisa de alguns ajustes.” “Eu acho que esta animação e o som às vezes até atrapalha pois desvia a atenção do principal”, critica a jornalista.

E também não há nenhum espaço para gravar voz off. Os jornalistas têm que fazer milagres quando tal é pedido. Havia uma sala destinada a este efeito, mas que não foi concluída. Quando pensam na execução das animações, também as executam pensando no número de pageviews que potencialmente poderão desenvolver. Ou seja, se for uma animação onde há apenas um clique inicial para ver esse trabalho as visualizações serão francamente menores do que se fizer um trabalho de infografia com vários graus de visualização, com vídeos, som ou galerias de fotografias dentro de textos, ou dentro de caixas separadas.

Entre os programas mais utilizados contam-se o Illustrator, para todos os desenhos vetoriais, o Flash para a execução dos gráficos animados e às vezes o Photoshop, para alterar dimensões das imagens ou dar pequenos retoques, embora este último seja usado em menor escala. Agora a aposta está a ser feita em programas de HTML 5, o EdgeAnimate. E revela bastante astúcia da parte do jornal. Com um público já muito vocacionado para consumir informação em plataformas móveis e muito especificamente com a aposta em aplicações para Iphone e Ipad, o Flash tornava-se incompatível. Ou seja, parecia paradoxal haver um investimento em produzir conteúdos que pudessem ser visto só para tecnologia Machintosh e não haver aplicativos que fossem capazes de abrir

uma infografia num Iphone ou Ipad. Com a aposta neste novo programa isso deixa de ser um problema e os gráficos já se encontram a trabalhar com este novo programa.

Aliás, quis saber como estavam a aprender e o jornalista contou que estão a ter formação no local de trabalho, duas vezes por semana e é feita por um ex-formador da parte do Web design que domina programação em html5 e é um dos responsáveis pela elaboração do novo site. Esta não é a primeira formação que a empresa faz. Há alguns anos pagou uma formação externa em Flash, mas que o jornalista diz “não ter sido tão boa como está a ser esta”. Ainda assim é importante que a empresa perceba que está a investir numa área em desenvolvimento e que está a ter grande aceitação junto dos leitores. O consumo de notícias pelos dispositivos móveis já não é algo novo, é mais uma tendência que tende a manifestar-se cada vez com maior intensidade. Interessante foi também o facto de o jornalista ter contado que a sua experiência começou como gráfico, mas sentiu a necessidade de ser formar como jornalista: “afinal trato a informação, mas só que com uma fórmula diferente”, diz.

O que não deixa de ser verdade e faz ainda mais sentido se os próprios jornalistas lhes pedem para começar, executar e finalizar um trabalho jornalístico. Contou também, com um sabor a um trabalho bem feito e bem executado, que já chegou a ter ideias e foi ao terreno para as executar. Falou com as pessoas, tirou fotografias para depois conseguir reproduzir o processo graficamente e recolheu depoimentos. O resultado final foi uma infografia extremamente precisa sobre o azeite, com pormenores gráficos e animados espantosos onde convergiu a função nobre do jornalismo com um espantoso trabalho visual. Além disso, o trabalho junta voz off para explicar ainda melhor todo o processo que de si já tem uma grande complexidade.

Habitualmente os trabalhos de infografia, se forem estáticos, estão incorporados no texto. Caso se trate de uma animação, a tendência será para os colocar junto à coluna da notícia ao lado mais à esquerda, para ter um destaque maior na página e ao mesmo tempo acompanhar o texto da notícia.

#### **Dia 4**

Durante a frenética movimentação de pessoas houve algo que captou a minha atenção. Enquanto percebia junto da secção de Multimédia o que estava a ser organizado - os seja os contactos com a TVI para um possível vídeo e a elaboração de uma fotogaleria -

o editor perguntou se não seria de pensar num comentário em vídeo. Fomos verificar e todos os outros jornais fizeram essa opção. O Jornal I, através do espaço I Comentário; O Jornal de Notícias postou o vídeo da videoconferência mas feito pela equipa do JN; O Diário de Notícias optou por um comentário de um Grande Repórter a partir da redação; e o Expresso, com o próprio diretor a fazer um comentário para a Expresso TV.

Questionamos o diretor adjunto sobre a opção de usar o texto de opinião (escrito) em vez da opção vídeo. Argumentou primeiro que o texto escrito tem maior aceitação junto dos leitores e que a audiência se relaciona mais com o texto do que com uma opção audiovisual. Lembrou, porém, que eles de facto têm um espaço para gravação de comentários, mas essa rotina ainda não está instalada nos hábitos do jornal. Ele mesmo contribui com alguns comentários vídeo, mas ainda não há registo de uma periodicidade de publicação e de produto da própria marca. A integração do vídeo é muito escassa. Outra razão apontada é a falta de pessoas para o fazer. Os jornalistas ainda não se habituaram a este formato e estão aos poucos a descobrir o vídeo. Na dúvida, e na ausência de mais pessoas a pensar o digital optam pelo texto escrito. Creio que o impacto do audiovisual seria muito maior. Já há uma ligação do leitor ao Público e esse vínculo conseguiria ser ainda mais fortalecido se o planeamento contemplasse mais vezes à área Multimédia.

## **Dia 5**

Em contraste com um anormal marasmo (à chegada na segunda semana), um trabalho multimédia notável por parte do jornal e que foi assinalado nos vários meios de comunicação. Um trabalho profundo sobre filhos de guineenses e ex-militares portugueses. O trabalho intitula-se Filhos do Vento e é impressionante a forma como o trabalho foi alojado no site e foi trabalhado de forma gráfica. Fotografias de testemunhos impressionantes ocupam quase a totalidade da página, deixando o espaço final para comentários ao trabalho. Um outro ponto curioso é que abrem espaço, através de um endereço de email, para a troca e contacto de pessoas que possam estar desencontradas ou na busca dos filhos de ex-militares. Iniciam a frase com “este é um espaço de debate”, o que demonstra não só uma preocupação, mas uma aproximação ao leitor.

Nos testemunhos encontra-se uma galeria de fotos com a história resumida de cada personagem. Mais abaixo, os vídeos, mais uma vez impressionantes, que relatam a viva

voz o percurso destas gentes. E no final o espaço de abertura e contacto com o público destas histórias. O trabalho, curiosamente, e segundo nos contou um dos editores, saiu ao mesmo tempo no papel e no site. Na página do Público ganhou mais visibilidade muito por força das galerias de fotografias e com as reportagens vídeo. Teve algum impacto nos restantes media e a SIC chegou mesmo a passar umas das reportagens. Ocupa na homepage do Público um lugar mais central logo depois do espaço inicial dedicado às notícias mais importantes do dia.

Para os trabalhos na redação (os jornalistas da área de multimédia) o Público tem usado muito o recurso aos comentários. São normalmente feitos ou pelos directores adjuntos ou então por colunistas do próprio jornal em papel que são convidados a comentar, na redação, um determinado assunto. Pontos muito positivos: o jornal online não só ganha vitalidade como conquista um outro patamar de credibilidade. Ponto negativo: a zona onde se procede à gravação do comentário, em termos de imagem não é difícil de gerir, mas a cabine não tem qualquer isolamento de som e uma vez que se posiciona na redacção, causa alguns problemas técnicos na captação do som, ou porque há alguém a passar e fala mais alto, ou porque atendem o telemóvel, etc. Quando é necessário fazer alguma gravação de comentários a situação é complicada de gerir: “vamos ter de gravar novamente Y”, diz a jornalista multimédia para um dos diretores adjuntos. “O que aconteceu? Não sei se o B pode vir à redação novamente”, afirma preocupado o diretor adjunto. “O som ficou péssimo. Isto não tem qualquer isolamento e a X diz que assim o vídeo não pode entrar”, confirmava a jornalista. Há uma grande preocupação por apresentar trabalhos que tenham qualidade. Diz a jornalista que “é o meu nome que está em jogo”. Diz ser perfeccionista e que gosta de separar as coisas, em vez de misturar tudo e esperar que resulte. Alguma coisa acaba por ser sacrificada e não é possível fazer tudo sempre bem.

Alguns elementos da área da Multimédia contribuem para a formação dos próprios colegas. Uma das jornalistas, que trabalha mais com o Premiere “já está a dar formação a fotojornalistas para que aprendam a fazer alguma edição vídeo”. Este processo é demorado e está a criar algumas dificuldades de adaptação: “eles até querem e têm vontade, mas às vezes simplesmente não funciona”, afirma. “É difícil conceber um jornalista que faça tudo e o faça bem e tem sido uma luta quando me pedem para fazer várias coisas ao mesmo tempo”.

A solicitação de trabalhos fotográficos é grande e o seu foco de atenção mais disperso, já que têm que produzir para o online e para a edição em papel, e isso inclui também os suplementos. Os temas multimédia nem sempre têm aceitação, grande parte das vezes por não ter “gancho noticioso” e vão atrasando na sua publicação. A área que costuma ter mais sugestões é mesmo a área da cultura, pela própria dimensão ser mais propícia a ser tratada de forma audiovisual.

Mesmo assim, diariamente cerca de 20% das notícias que são publicadas no site têm pelo menos um elemento multimédia. Até podiam ter mais, mas não é possível pelos recursos humanos disponíveis, mas o equilíbrio é relativamente bom. Não admite porém que o facto de uma notícia ter um conteúdo multimédia fará com o leitor escolha esse conteúdo: “o leitor irá atrás da notícia pela notícia. Se tiver um conteúdo multimédia provavelmente isso levará à partilha porque torna a notícia mais apelativa.”

A reacção dos leitores também foi referida. Encaram como positivo o facto de os jornalistas perceberem o impacto que conseguem ter junto da audiência e sempre que realiza um trabalho “a tendência é ler sempre o que comentam até para podermos melhorar alguns aspectos”. Na ausência de possibilidade de comentários, a jornalista da área de economia admite que “é estranho não ter reacção do outro lado”.

## **Dia 7**

As reformulações ainda não pararam de acontecer. A mais recente de todas e a que está a causar dificuldades um pouco a todos os meios de comunicação é a adaptação às tecnologias móveis. O Público sempre foi pioneiro em tudo, em Portugal. Se foi o primeiro a lançar-se na Internet, ainda que com todas as falhas inerentes, soube reposicionar-se. O mesmo está a acontecer com as plataformas móveis.

A maior dificuldade será talvez responder com eficácia à velocidade da concretização. As tecnologias têm evoluído muito rápido, sem hipótese para os meios de comunicação saberem “o que por aí vinha”. Lembra a diretora que quando se começou a falar em tecnologias móveis já havia um colaborador que tinha alertado para tal. E, para não quebrar a regra do pioneirismo, o Público lançou-se às aplicações, aos Iphones e mais recentemente aos Tablets e Ipad: “quem poderia imaginar há uns anos que o Ipad existiria”, diz a diretora de arte.

A palavra-chave é adaptação. Que por si só já é indicadora de processo. E o Público ainda se está a adaptar. No caso do suplemento Ípsilon o cenário é diferente. A aplicação deste suplemento para Ipad “resultou na perfeição, encaixa tudo tão bem que parece que foi feito - no papel - a pensar no Ipad”. A diretora confessa que o suplemento na plataforma é um pouco “um espelho da publicação”. Conta com a ajuda dos diretores, que sabem fazer a publicação para a ferramenta móvel e com o coordenador de Multimédia que ajuda com a publicação de vídeos, fotogalerias e infografias. Porque é um trabalho muito visual, acaba por resultar em várias vertentes e já conquistou muitos seguidos. A sua conquista mais palpável foi uma medalha de ouro com o prémio NH, da Society for News Design atribuído à aplicação Ípsilon para Ipad, de melhor grafismo.

Diferente da aplicação para Ipad está a aplicação para o site do Público. Neste momento é feito de forma automática, sem a preparação de conteúdos específicos ou redesenho da plataforma: “o jornal ainda se está a adaptar a estas mudanças e o que se espera é fazer o que até foi feito para as outras duas plataformas: desenhar tudo a partir do zero”, afirma a diretora de arte.

Neste momento as orientações são de teor criativo, pois o processo é cheio de automatismos, sem grande intervenção de ninguém. Nem mesmo os vídeos fazem parte da aplicação do Público, estão à parte. Daí ser necessário, para a diretora, “reestruturar toda a plataforma, pois sabemos que assim não vai resultar”.

## **Dia 16**

O director adjunto da redação do Porto não se inibiu no entanto de apontar o caminho dos jornais e aquilo que é preciso mudar. Começou por caracterizar o período dos jornais como “queda livre” e onde o online, apesar de estar a subir, ainda não é auto-suficiente. O cenário é melhor do que há 4 anos, onde estava a confusão instalada, mas agora já se começa a perceber qual o caminho a seguir. Ele próprio admitiu que durante as férias não comprou um único exemplar em papel, pois prefere ler tudo em dispositivos móveis. São estes aparelhos que na sua opinião serão o elemento diferenciador, pois oferecem ao leitor inúmeras possibilidades: “não há nada melhor para um jornalista não ter adormecido à uma da manhã e ir online e ver o que os jornais trazem, já não é preciso esperar”, diz um dos jornalistas da redação.

Quanto aos conteúdos, o Público sempre teve um “compromisso grande com o leitor de produzir informação de profundidade, de investigação” e deve evitar as “commodities”. Se por um lado o jornal em papel, com classes de leitores mais elevadas, o online tem um leque completamente diferente o que faz com que os conteúdos devam ser diferentes também, sugere o diretor. Se o Público continuar o caminho que tem vindo a traçar até aqui deve sim apostar “numa visão europeia à lusofonia” para potenciar o “o nosso jornalismo nos outros países de língua portuguesa”.

Com os produtos noticiosos tão semelhantes, com as estratégias de mercado e inter-grupo a aproximar tanto as publicações umas das outras, “muitos jornais vão ter que acabar, não há espaço para todos” e os grandes grupos económicos têm sido os principais culpados nessa aproximação de conteúdos e numa consequente perda de identidade. Há que “diferenciar da própria globalização e produzir conteúdos que os leitores estejam dispostos a pagar”. Ele próprio subscreve “The Economist” e só o faz “porque é realmente muito bom feito por profissionais de excelência”.

A questão passa também por uma mudança cultural. As pessoas em Portugal ainda não estão muito familiarizadas com a compra online. Quando isso acontecer vão começar a pagar “pela sua edição tablet ou iphone”. Conta que “o Olx teve um papel fundamental porque as pessoas estão agora a perceber como é simples comprar e vender pela Internet”, diz em tom bem-disposto.

Este tipo de conteúdos, na sua opinião, só pode ser feito por uma equipa especializada e de excelência pois “não acredito no jornalista que faz tudo. Isso não resulta pois não será certamente um produto de boa qualidade.” Admite que haja jornalistas capazes de fazer tudo, “mas serão poucos”. E terá que haver espaço para tudo. Para quê mudar jornalistas que são muito bons a investigar e querer converte-los para algo que simplesmente não são bons? E deu o exemplo do jornalista recém galardoado com o Prémio Gazeta, António Cerejo.

## **Apêndice 2**

### **Diário de Notícias: tradição e história**

Às 8h36 de uma Segunda-feira as portas do Diário de Notícias, em plena Avenida da Liberdade, em Lisboa, estão fechadas. Os jornalistas do primeiro turno fazem a entrada pelo lado oposto do quarteirão, onde à chegada cumprimentam o segurança do edifício. O Diário de Notícias é facilmente reconhecido, pela sua imponência, pela sua centralidade, junto à praça Marquês de Pombal e pela sua história. O primeiro jornalismo da manhã faz-se depois das 9h00, quando o resto do mundo acordou há muito.

Da receção afigura-se a seguinte distribuição de andares:

#### **Piso 0**

Receção / Galeria / Auditório / Centro de Documentação e Informação / Serviços Gerais /Bar

#### **Piso 1**

Direção de Publicidade

#### **Piso 2**

Administração / Direção Editorial e Redação Diário de Notícias / Direção de Qualidade e Sistemas de Produção

#### **Piso 3**

Direção de Marketing / Direção Editorial e Redação Jornal de Notícias / Direção Editorial e Redação O Jogo

#### **Piso 4**

Administração / Direção Financeira e Administrativa / Direção Recursos Humanos / Direção Jurídica / Direção de Distribuição e Produção

#### **Piso 5**

O acolhimento na redação é feito por um dos diretores adjuntos que, para que a integração da investigadora seja bem aceite, faz uma visita pelo Diário de Notícias antes de nos dirigirmos para a primeira reunião do dia. Cada conversa com os jornalistas ou pesquisa direta a investigadora nunca se apresenta com bloco de notas para não deixar ninguém pouco à vontade. O registo é feito posteriormente a cada conversa no computador no seio da sala, pois poderia inibir a conversa e alguns relataram ficar com a sensação que estão a ser investigados.

A reunião começa com a apresentação da investigadora como “um corpo estranho” da redação e os seus objetivos de investigação. É explicado que o cenário retratado será generalista e o mais factual possível e, de forma a preservar o anonimato dos jornalistas, nenhum nome será citado, apenas cargos.

Na segunda semana de observação a investigadora é recebida com a sensação de que passou pouco tempo desde o último encontro. Cheguei mesmo a tempo da reunião de redação e alguns rostos são diferentes. Há pelo menos três mulheres na sala e a segunda-feira parece custar a arrancar. Ainda absorvidos pelo que aconteceu no fim-de-semana, não há muitas sugestões para as secções e há dificuldade em decidir temas para figurar na atualidade.

## **Dia 5**

O dia continuou com a aplicação de questionários. Revela-se muito curiosa esta aplicação um a um, mais próxima dos jornalistas. Os redatores já me conhecem, já estão familiarizados com a minha presença no jornal e já não me encaram como um “corpo estranho”, como fui apresentada na primeira semana. Além disso, reconhecem a pertinência não só da minha investigação, mas das perguntas que vou realizando como importantes para perceber “como está organizada a redação”, conta uma jornalista.

A parte mais positiva destes questionários é sem dúvida perceber junto de cada um, tão diferentes num eixo gigante de comunicação, as suas frustrações, as suas alegrias e as suas preocupações. Ajudou a cimentar a proximidade ao falar individualmente com cada jornalista e perceber as suas preocupações e pontos em que concorda ou discorda das nossas questões.

## **Organização do espaço: Modelo Integrado, modelo convergente e modelo Open-space**

A sala encontra-se organizada num modelo/esquema de integração. Facilmente ao entrar damos conta de uma mesa, mais ou menos central, oval com espaço para 12 computadores. Nesta mesa, o ecrã repete-se à frente e na mesa, a permitir uma visão horizontal e vertical da paginação. Os jornalistas têm ainda ao seu dispor telefones e auscultadores para a necessidade de um trabalho mais isolado. No topo, ecrãs plasma sintonizados nos principais canais de informação (SIC Notícias, RTP informação, TVI 24) para o acompanhamento da emissão televisiva.

Uma nota interessante é que esta mesa só foi ocupada por dois dos editores executivos durante toda a manhã e durante toda a tarde.

Ao longo da sala há mesas retangulares em paralelo com esta mesa central onde, no topo, se encontram os editores de cada área e os restantes espaços são ocupados pelos jornalistas distribuídos por cada área de atuação. Esta disposição da sala parece facilitar o diálogo entre todos os que ocupam o espaço e principalmente entre as chefias com os seus jornalistas temáticos.

Os computadores estão equipados com o programa Millenium para que o editor executivo adjunto possa editar diretamente na página. É preferível escrever diretamente na página, pois o esquema organizacional já contém previamente o espaço destinado às imagens e à publicidade. Apesar do esquema das páginas poder sofrer algumas alterações ao longo do dia, o espaço dado a cada secção temática já foi distribuído na reunião da manhã. Um dos editores executivos faz o lançamento do espaço/temática de acordo com a tabela de publicidade que lhe é entregue. Resta ao editor executivo ir trabalhando com os gráficos as alterações à página numa constante renovação da organização do jornal do dia seguinte. E isto é repetido quer para a informação, quer para a publicidade.

Há ainda uma mesa redonda, mais pequena, para que os editores executivos adjuntos, da abertura e do fecho, debatam a atualidade e projetem o desenho do jornal em papel. A escolha do que entra, do que sai e como irá ser paginado.

Há um estúdio de edição, no piso da redação, equipado com três mesas de mistura, microfones e computadores devidamente equipados e preparados para editar peças

áudio e vídeo. O programa mais utilizado é o Adobe Premiere. Muitas vezes, o trabalho vídeo pode ser feito pelo fotógrafo da Global Imagens.

Outros jornalistas não pouparam críticas à “tão famosa mesa central” que parece causar mais problemas do que propriamente soluções visíveis e práticas. Achrom que os principais inconvenientes são a dificuldade para circular na redação e a falta de comunicação que parece crescer entre os editores executivos - a quem está destinado esse lugar - e os editores e conseqüentemente os jornalistas.

Os editores executivos acabam por estar de costas para as secções e deviam supostamente ir colocando nas televisões que pairam por cima da mesa informações importantes para todas as equipas. Isso não acontece. Não conseguem falar para os membros mais afastados nas mesas horizontais e torna-se difícil ouvi-los à distância.

Além disso, muitos nos disseram que os executivos acabam por se concentrar mais na edição impressa e vertem pouco para o online. “Isso é mais com os editores”, revelam.

Uma jornalista afirma que a dinâmica da mesa seria mais interessante para os jornalistas do online que precisam de estar sempre a comunicar uns com os outros e a passar informações de forma contínua.

## **A redação e as rotinas: reuniões, agenda e fecho**

### **Dia 1**

A reunião decorre numa mesa retangular, com algum tempo de atraso e é liderada por um dos subdiretores. Da mesa consegue-se ver uma parte da redação e decorre de porta aberta. Todos os editores executivos se juntam à mesa, cada um com os jornais do dia e um bloco de apontamentos. Apenas um se faz acompanhar de um Ipad.

Os editores executivos “correm” as notícias da sua área que transitaram do dia anterior, neste caso, do fim-de-semana e que são destaque do dia nos diários generalistas nacionais. A partir destes lançamentos serão escolhidas as notícias que terão o desenvolvimento para a edição em papel para o jornal do dia seguinte e para as notícias do online desse dia.

Cada editor executivo foi dando ainda as indicações do tamanho a ocupar na página de acordo com as informações que provavelmente conseguirão reunir até ao fecho. Ao longo da reunião o subdiretor vai anotando as temáticas vai anotando a ata da reunião e quando questionado da razão disso acontecer, respondeu ser por uma questão de comodidade por possuir um Ipad. São os dois que reúnem o alinhamento da edição em papel.

A reunião termina com o subdiretor a pedir “alegações finais”, que consiste na indicação das fontes diretas a contactar nesse dia de forma a preencher a última página do jornal. Por tradição, trata-se de uma página nobre do diário e que usualmente é preenchida com uma entrevista relacionada com uma temática tratada no interior do jornal. Dessas três sugestões é escolhida uma. No final, foram apontadas três fontes diretas para as diferentes temáticas e escolhida a que tinha maior impacto. Habitualmente é uma personalidade relativamente conhecida.

A meio da tarde faz-se a passagem de turno e de todas as informações recolhidas até à altura. Um dos editores executivos faz uma espécie de síntese de todas as temáticas da edição em papel para o editor responsável pelo fecho do jornal. Desde a organização da edição, às alegações e alinhamento temático o editor responsável pelo fecho da edição tem que ser informado ao pormenor de todas as decisões que foram tomadas até à altura.

A reunião por volta das 16h30 passa para a mesa redonda e é lá que se juntam os editores executivos adjuntos, da abertura e do fecho de edição, para fazer o desenho das páginas da atualidade. Ao seu lado estão os responsáveis pelo grafismo, para o jornal em papel, para que se comece a proceder à paginação a tempo do fecho. Cada um, a seu turno, explica ao gráfico como pretende alojar o texto, que grafismo escolhe, tipologias de edição, uso de fotografia e/ou gráficos e espaços e chamadas de destaque.

No final do dia, nova reunião de redação. Liderada novamente pelo subdiretor. Agora faz-se a ligação do que foi dito de manhã e o que estará pronto para sair na edição em papel. Praticamente os mesmos rostos norteiam a mesa e acendem a discussão. Nada fora do normal num jornal que quer continuar a ser de referência.

Os ânimos são bem diferentes ao final do dia. A reunião quer-se mais privada e silenciosa. À porta fechada, dá-se início a sugestões de manchete para a primeira página, percorrendo toda a mesa e prevendo quais são os temas mais fortes do dia. São

lançadas sugestões de títulos para as manchetes e afinam-se os últimos pormenores da edição em papel. Mais uma vez, a edição online nem sequer é referida. Discute-se ainda notícias que podem distanciar o jornal dos restantes, já que durante o dia conseguiu o acesso a documentação exclusiva.

A dúvida é avançar com notícias mais parecidas com os outros jornais ou, pelo contrário, usar a vantagem da informação exclusiva. Cabe ao diretor e/ou diretor adjunto dar o aval final, no entanto, os editores executivos adjuntos, quer de abertura quer de fecho, não se coíbem de manifestar a sua opinião, num debate de ideias saudável e frutífero para o jornal.

A reunião do final do dia reúne os mesmos da manhã. Há alguns que já conseguem levar um print de como ficará a página. Usualmente, a informação internacional e as artes já têm esse trabalho feito, por serem áreas onde as alterações serão menos prováveis de acontecer.

### **Dia 3**

Foi em todos os aspetos uma reunião mais rígida. A começar pela postura do subdiretor que aparentemente exerce maior silêncio em toda a sala. Aqui não há espaço para jornalistas descontraídos ou piadas para quebrar a rotina. Há também menos flexibilidade para aceitar as sugestões de temas para as secções mais importantes do jornal, como a atualidade ou as páginas centrais, por parte do diretor adjunto. Ele já se tinha preparado para a reunião com uma série de diretrizes que gostaria de ver aplicadas ao jornal e que na sua generalidade foram aceites.

Foi feita também, curiosamente, uma alusão a um jornal concorrente, mas que pertence ao mesmo grupo económico. Nesta comparação foi dito que o Jornal de Notícias trabalhava melhor coisas de agenda e de organização, mas toda a sala ficou em silêncio. A reunião terminou para logo se dar início a outra. Esta com uma dinâmica um pouco diferente bem como o seu objetivo. Esta é a reunião semanal que basicamente serve para prever ou antecipar alguns dos temas que poderão ser tratados ao longo da semana. A reunião parecia ter um objetivo bastante produtivo, pois seria de pensar que isto daria alguma margem de manobra, em particular aos editores adjunto e aos editores executivos, para prever o espaço que vão ter no jornal ao longo da semana.

Todas as semanas é feito por um subdiretor diferente e cada editor vai dando as suas sugestões e reportagens que podem ser trabalhadas ao longo dessa semana. Além disso, faz-se uma previsão do espaço e da localização dentro do jornal. No sentido prático, grande parte das temáticas acabam por cair por força da atualidade e dos assuntos que marcam o dia.

#### **Dia 4**

Ao longo da semana as reuniões têm decorrido mais ou menos uniformes. O subdiretor que conduziu hoje a reunião senta-se na outra extremidade da mesa com descontração garantida e tudo começa a tempo. Os últimos dos editores vão chegando enquanto os outros vão lançando os primeiros temas do dia. A postura do subdiretor ditou a dinâmica da reunião. Não houve tanta rigidez o que fez com que os editores falassem com maior à vontade. As suas sugestões foram mais facilmente aceites, ainda que o subdiretor chegue à reunião sempre preparado a discutir a relevância dos temas apresentados e abordagens a seguir. Ainda assim, comparativamente ao dia de ontem, hoje os editores estiveram mais recetivos às sugestões.

O subdiretor também foi mais firme nas decisões para as “alegações finais”. Sabe logo o que quer e como quer. E o jornalista, perante tamanha demonstração de firmeza, aceita com maior facilidade. Uma reunião produtiva e eficaz. As primeiras sugestões são apontadas sempre para a área mais importante do jornal: a atualidade. E quase sempre as secções que a disputam são a política e a economia. Raramente é falado sobre a necessidade de produzir fotografias ou infografias. Isso fica a cargo da marcação em agenda ou do editor executivo quando faz o desenho da página. Apenas a economia traz contributos nas infografias e gráficos. Mas nada no que respeita aos conteúdos convergentes.

#### **Dia 5**

Em véspera de feriado a reunião da manhã decorreu com grande normalidade, com todos os editores e editores executivos em serviço e o elemento da direção. Apenas a hora de início mudou. Os editores foram dando os seus contributos para a secção, mesmo atendendo às dificuldades de ser “um dia mais lento em notícias”. Por exemplo, a área de economia que habitualmente traz muitos contributos para a atualidade, hoje não esteve em destaque e o fluxo de informações novas era claramente diminuto. Já a

área do desporto, até pela aproximação do fim-de-semana e os jogos de futebol à porta, foi mais prometedora nesse sentido. Notámos também uma outra diferença: alguns dos editores já começaram a desenhar as suas páginas, algo inédito nas reuniões da manhã. Talvez se deva ao fato de já se terem preparado com alguns conteúdos com algum tempo de antecedência.

No final da reunião resolvemos falar novamente com o elemento da direção e perceber as escolhas que foram feitas para as manchetes do jornal desse dia. Muito do que havíamos falado no dia anterior foi alterado. Um dos temas acabou por ser mais desenvolvido à noite e tratava-se de uma notícia de grande relevo exclusiva do Diário de Notícias. A jornalista em questão trabalhou a semana toda em notícias relacionadas com um relatório ao qual teve acesso antes de todos os outros jornais: “um relatório é um relatório, mas a forma como o trabalharam ao longo da semana foi impressionante. Ela arranjou sempre dados muito relevantes e ângulos novos de abordagem”, afirmou o editor. Na reunião de fecho de ontem à noite o editor executivo estava com receio de avançar com um número que poderia estar incorreto. Ele e a jornalista estiveram sempre par a par com o relatório e com os últimos desenvolvimentos. No final o elemento da direção acabou por trazer mais um dado para a capa, seguro de que pode confiar no trabalho feito.

Além disso, as opções da barra também mudaram muito. E fez algo, que do ponto de vista gráfico e editorial resultou brilhantemente: uma fotografia de um político de grande destaque nessa semana mas com um título que não era demasiado “notícia”, quase que podia ser de Média. A tal intenção de aligeirar a barra. Depois de ter ligado ao diretor a capa acabou por ser a ideia proposta por este elemento da direção.

## **Dia 6**

A reunião em dia de feriado nacional inicia-se mais cedo do que o habitual e a manchete está praticamente definida desde o início do dia. Apenas face a uma notícia de última hora é que as coisas poderão modificar. Na última reunião ainda há espaço para uma marcação de serviço fora de horas. Um especial onde é necessário contactar um enviado e que tenha o acompanhamento de um fotógrafo. A marcação foi feita na hora, através de telemóvel e apenas com uma palavra de um dos editores executivos.

A meio da tarde mais uma reunião da atualidade com os editores das secções. A agenda é dominada pela política e falta decidir ainda uma das páginas da atualidade para o jornal de amanhã. Decide-se a paginação e a forma como as notícias vão ser organizadas dentro de cada área e discute-se o desenho de algumas das notícias. A dificuldade reside em algumas confirmações que ainda não estão feitas e tardam a chegar à redação.

A reunião de fecho do jornal decorre com normalidade, com as ausências, também habituais, da área do online. As manchetes são apontadas para o fecho do jornal, embora hoje, segunda-feira, a agenda pública tem sido menos forte na política e na economia. Um ponto a referir é que a área da Sociedade parece perder dinâmica com a ausência de um dos editores executivos que parece dar um outro ritmo aos assuntos da atualidade.

### **Dia-a-dia na redação**

#### **Dia 1**

O editor executivo que faz a abertura raramente fica para o fecho, não só por uma questão de organização, mas de gestão de horário. Apesar de um dos editores executivos ter afirmado que “não tem horário para sair”. Questionado sobre o horário que provavelmente iria sair acusou um sorriso e disse “espero não muito tarde pois tenho dois filhos para ir buscar”.

Com uma outra notícia, foi dada a indicação que a jornalista ter que se deslocar da redação para uma conferência de imprensa de um caso muito mediático. A conferência tinha início às 14h e por volta das 12h50 a jornalista saía. E uma vez que já há um agendamento prévio deste caso, esta será uma notícia candidata a destacar-se no online. Não só pela parte mediática que envolve o caso, mas também porque é um acontecimento com data e hora mais ou menos previsto. Faz parte da agenda. No entanto, antes de a jornalista sair o editor executivo deu indicações muito específicas: “assim que tenhas conhecimento do resultado, comunica diretamente por telefone a informação à redação do online”. Nota-se a preocupação com a rapidez da informação e depois com a contextualização. E no preciso momento do conhecimento dos resultados do caso em questão, a jornalista enviou mensagem para um dos editores executivos para fazer o lançamento para o suporte online. Ao mesmo tempo assistia-se na televisão

(RTP Informação) e em direto do local da conferência o que a jornalista transmitia para o jornal.

Quando a jornalista finalmente volta reúne-se com o editor executivo adjunto para debater como o artigo vai ser abordado e ângulos de abordagem. É neste momento que a jornalista explica os contornos principais da sua notícia, as reais implicações e consequências, apresentando uma primeira análise ao caso que vai tratar. No final da exposição do que a jornalista viu, entrevistou e ouviu passa juntamente com o editor executivo ao desenho da notícia, que por ser tão mediático, irá ocupar um lugar central na paginação do jornal.

## **Dia 2**

Ao telefone com os editores do Porto, são desenhadas novas paginações e outros contornos nascem. São dadas as indicações mais importantes da história para que este desenho tenha maior consistência. Note-se que se ouviu a expressões de “feelings” e “acho que isto merecia outra atenção” ou “falta qualquer coisa aqui” e foi com base nisto e, claro na consulta com outros colegas executivos adjuntos, que se tomou esta decisão.

É possível perceber que à medida que o dia avança, um ambiente de crescente tensão vai aumentando, em especial junto dos elementos decisivos e que reúnem em si um maior grau de responsabilização. À tarde está cheia e fervilha em notícias por terminar, em fontes que são precisas contactar e alterações de última hora à paginação do jornal em papel. Tudo parece mais focalizado na versão tradicional do jornal e pouco se ouve para a versão online à exceção de notícias que tenham o seu desenvolvimento em “notícias de última hora” ou que tenham, de fato, o seu enfoque no online.

Também não se nota preocupação em complementar a história com elementos convergentes e os telefones fazem-se ouvir com maior frequência, que contrasta com o silêncio que reinava de manhã cedo. A preocupação do jornalista é escrever. É saber a história. É ter o máximo de informação em seu poder e fazer o que melhor sabe: investigar.

O relógio aproxima-se das 17h00 e os jornalistas não largam a secretária. São poucos os que agora irão sair da redação, pois as histórias, em breve, devem conhecer o seu final. Um dos editores executivos adjuntos raramente se senta, o telefone é o seu melhor amigo e chama-me para todos os pontos de interesse. Só se senta para dar instruções específicas ou para desenhar as páginas pelas quais está responsável. Não saiu sequer para almoçar, e entre uma água e umas bolachas fez o seu almoço. O tempo não permitiu melhor e o dia de hoje não deixou margem para muito mais. Ainda continua a distribuir trabalho pelos jornalistas e a delegar tarefas. Ainda há tempo para isso.

A redação vai esvaziando aos poucos. São menos os monitores ligados à medida que a hora vai avançando e vão ficando apenas os jornalistas responsáveis pelo fecho da edição. No final do dia, o diretor adjunto ou o subdiretor de serviço grava em vídeo e na redação o que o leitor poderá encontrar na edição em papel e na versão e-paper do Diário de Notícias. O segmento intitula-se “Leia Hoje no DN” e fica disponível no site a partir da meia-noite, de acordo com uma das editoras do online. O subdiretor afirmou que é a partir desta hora que os jornais ficam disponíveis nas bancas digitais. Este conteúdo é gravado e editado, pois assistimos a um vídeo que é alternado entre a imagem e voz do locutor e as imagens do jornal a que se refere.

### **Dia 3**

A chegada à redação é imediatamente seguida da primeira reunião da manhã, que não varia nos seus objetivos nem na sua dinâmica. Os que chegam ao início da manhã têm por hábito dar à redação outra força e um dos editores classifica estes momentos mais pausados da manhã como rotina, mas que o chegar cedo ajuda a “colocar o jornal a andar”. Foi, no entanto, referido por um dos editores que um erro detetado e que na sua opinião deve ser evitado, é o facto da primeira página da atualidade não ter sequer uma manchete na capa.

A meio da tarde temos uma redação cheia e as mesas variam entre 5 a 7 jornalistas por cada área temática. São eles que têm que compor o que foi distribuído pelo editor. E há muita pressão para terminar o que foi lançado a tempo. Algumas discussões sobre a dimensão dos artigos. O jornalista (A), da Sociedade, debate de forma acesa a dimensão do seu trabalho, pois não está a conseguir a informação necessária: “daqui a nada passamos para uma breve”, diz o editor responsável.

#### **Dia 4**

O alinhamento é feito na noite anterior. E foi sofrendo muitas alterações ao longo do dia. A meio da tarde uma das seções é informada que terá mais uma página do que o esperado e isso obviamente afeta toda a dinâmica de trabalho. Mais pressão, mais trabalho. Outra questão que causou alguns problemas de organização é a questão das infografias. Mais uma vez, um dos editores necessita de organizar a página para que o texto assuma o seu espaço, juntamente com todos os outros elementos necessários. A jornalista em questão já tem os dados reunidos e necessários à composição do trabalho gráfico. O problema é que os gráficos, uma vez que o seu trabalho se prolonga para um horário noturno, apenas chegam à redação depois das 16h, o que por si só provoca um grande atraso.

Também por volta desta hora chegarão os jornalistas do fecho. Estes são os responsáveis por, juntamente com os editores executivos, levarem as notícias da área até ao fecho da edição. Um dos editores afirmou que, quando a jornalista de fecho chegar, ainda terá que compor uma das páginas. E, na altura do fecho, desta de estar debaixo da alçada do editor e passa a responder ao editor executivo.

O mesmo editor [sociedade] confessa que “raramente sai da redação” e que o seu trabalho é feito, em grande parte, a partir do jornal. Utiliza, no entanto, a seu favor a tecnologia, seja o telefone, o email ou a internet. Mas também descobre pontos negativos. Confessa que há um maior sedentarismo do profissional do jornal e que era necessário sair mais vezes da redação se queremos melhor informação, utilizando mesmo a expressão “jornalismo sentado”. Faz falta informação mais profunda ao jornal, pois os leitores só teriam a ganhar com isso. Além disso, no terreno o jornalista consegue “sacar mais rasgos” que provavelmente na redação não é tão frequente, muito mais dependente da secretária e do contacto à distância.

#### **Dia 5**

O dia começa de forma muito diferente dos anteriores. Hoje a reunião é dirigida por um subdiretor diferente, o que por si só já indicava que não só resultado, mas toda a dinâmica seria completamente diferente. Apesar do subdiretor já se ter cruzado com a investigadora nos outros dias, fez questão de reforçar na reunião que se algum dos

presentes se sentisse desconfortável com a sua presença, a investigadora poderia ausentar-se. Como não houve qualquer protesto, a reunião teve o seu início.

O subdiretor levava consigo, além dos jornais do dia que acompanham qualquer jornalista, uma cópia detalhada da agenda do dia para as diversas áreas temáticas. Por isso, foram marcados mais serviços do que estavam à espera.

Algo diferente despertou a minha atenção. Num dos extremos da sala reparei num ecrã plasma de grandes dimensões ligado. Lá poderíamos ver todas as primeiras páginas online de todos os diários generalistas. Pensei inicialmente que teria franca utilidade, pois foi-me dito por uma editora, que por norma as reuniões dirigidas por este diretor adjunto eram “a despachar”. As primeiras páginas online só foram utilizadas uma única vez, para mostrar o jornal Público. Mas, no decorrer de toda a reunião não teve qualquer utilidade prática. Poderia ter-se discutido estratégias de melhorias no online ou fazer uma avaliação prática da ação dos outros sites, mas nada foi feito.

Os jornalistas raramente se ausentam da redação e as pausas longe do computador são muito poucas. Até a hora de almoço é feita pouco a pouco. Ouvimos, no decorrer da tarde, e que comprova a falta de planeamento por parte de algumas seções, o envio de algumas informações para o site, quando uma jornalista terminava o seu trabalho para o papel: “pode-se fazer uma coisa para o online, assim pequenina”. A informação é muito mastigada e por vezes pouco original.

Perto da hora do fecho uma conversa mais acesa entre o subdiretor e um dos gráficos. Foi-me explicado mais tarde que isto muitas vezes acontece pois com as alterações de configuração da nova redação e atribuição de outros cargos há mais pessoas que podem mexer nas páginas: “na “antiga” redação isso não acontecia, pois apenas havia um núcleo de cinco pessoas a chefiar o fecho. Hoje, há muito mais pessoas envolvidas. Neste caso em particular, o gráfico achou, por uma questão de estética, que deveria juntar duas caixas. Isso alterou o sentido editorial, que obviamente prevalece sobre qualquer outra decisão”, conta ao subdiretor. Deu ordens específicas para voltar a reordenar a paginação tal como tinha sido instruído. O gráfico acedeu.

Depois do comentário fomos tentar perceber como termina o dia no jornal quando muitos jornalistas já abandonaram o local e a atenção fica centrada nas chefias. Num dia que corra muito bem, as manchetes ficam decididas quase da parte da manhã. O

elemento da direção diz que isso acontece 1/3 das vezes. Hoje não é um desses dias e ainda há muito por fazer. Cabe-lhe escolher que acontecimentos vão fazer manchete e quais os que têm mais potencial de capa. Quando os dias na redação se tornam mais complicados e as escolhas para manchete mais difíceis, o elemento da direção faz duas opções de manchete para comunicar ao diretor: a que ele acha que tem mais potencial e a segunda melhor, como recurso. Esta parte é a identidade do jornal, o que ele define como “a 1ª página é um compromisso com o leitor” e a “montra do que está lá dentro”.

Escolher a capa e o que vai fazer manchete não é só escolher as notícias mais duras, ou as que suscitam mais polémica. Para aligeirar o “tom” do jornal o subdiretor tem que escolher a Barra. Localizada normalmente no topo superior da primeira página, contém assuntos de destaque mais ligeiros, usou mesmo a expressão “mais light”, para mostrar ao leitor que além de uma seleção cuidadosa, as notícias não são só a política ou só acontecimentos negativos. É também uma opção gráfica: nem sempre é possível colocá-la, mas o seu uso provoca um aligeiramento à dureza das notícias.

Diz que costuma respeitar quase sempre uma regra: “não faço manchete com algo que ocupe menos de três colunas. É praticamente regra absoluta nas opções editoriais. E a partir das 18h, acompanho a composição das páginas através do back office, não resisto a fazer isto” para estar sempre em cima do que está a acontecer.

Os elementos da direção têm mais uma responsabilidade: ao escolher o que vai fazer a manchete do dia seguinte correm o risco de não agradar a todos, mas estes elementos diz-nos que as suas decisões são feitas sempre com a convicção e não com a opinião. Há uma grande abertura para receber opiniões e ouvir sugestões, mas final o que prevalece é a sua convicção. É difícil agradar a todos. Mas se a decisão advier da convicção e não da opinião, o sucesso ou o erro será seu e estará pronto a responder por isso. Apenas admite mudar a sua decisão se realmente reconhecer que os pontos enumerados ou os argumentos apresentados por um dos editores executivos tiver forte validade. Há espaço para reconhecer quando erra, em vez da decisão superior ser sempre a acertada.

A esta hora já muitos jornalistas tinham terminado o seu dia. Aliás é comum ver às 19h um fluxo de jornalistas que abandonam a redação.

**Dia 6**

O jornalismo, aqui, faz-se quase inteiramente sentado. Desde a redação, à publicação no site, à atualização de notícias, acompanhamento das agências, nacionais e internacionais, além de terem que preparar as notícias para o papel. Uma das editoras diz sentir que “por vezes desejava ter oito braços”, para conseguir fazer tanto e em tão pouco tempo. E muito mudou desde que o online passou a ser uma parte ativa das redações, ou seja, se antes o jornalista passava o dia à volta de uma só notícia e dividia o seu tempo no contato com as fontes, redação e publicação (mesmo tendo em conta o fecho das edições), hoje faz isso “no seu tempo livre” ou “no intervalo de telefonemas” e “às vezes em 20 minutos”. Há uma pressão enorme para fazer muito mais, para escrever, para contatar e para fechar a edição com a “ditadura das gráficas”. Esta limitação, que tem agravamentos financeiros, afeta o trabalho dos jornalistas, principalmente os que estão responsáveis pelo fecho e têm um prazo estipulado para “entregar o seu trabalho”.

Este é um dia diferente de todos os outros. Combina a aproximação do fim-de-semana, o que por si só altera o funcionamento do jornal, um feriado religioso e a aproximação de uma época festiva. Pareceu-nos muito útil a observação deste dia. Um dos editores executivos classificou-o como “diferente, o mesmo ou mais trabalho, com menos tempo e muito menos pessoas”.

E é verdade. A redação está quase vazia mesmo numa altura em que já devia começar a compor-se. Muitos jornalistas estão a gozar folgas ou o próprio feriado. Em cada secção apenas estão dois elementos e nos cargos seguintes, dois editores executivos adjuntos e um elemento da direção. A área do online teve toda a manhã uma única jornalista. Neste momento já são duas pessoas. Foi-nos dito que até à hora do fecho o cenário não deverá modificar muito, pois isto é normal para fins-de-semana e feriados.

De forma a amparar estes dias, já foram preparadas algumas coisas, que estão “no frigorífico” prontas a ser utilizadas, caso contrário não seria exequível a coordenação e a realização de tantos conteúdos jornalísticos. No entanto, do outro lado a sala fica mais composta com a secção gráfica. Tem praticamente o mesmo número de pessoas a trabalhar e a perto das 15h já estavam a enviar os desenhos das páginas para as respetivas secções.

É quase difícil acreditar que um grupo tão reduzido de pessoas conseguirá até ao final do dia fechar um jornal em papel e coordenar na mesma medida o online. As atualizações ao site não param e convém lembrar que as duas pessoas que estão a trabalhar estão também responsáveis por duas áreas distintas. Mesmo a fotografia em feriado recebe marcações e tem agenda marcada. A agência financeira, Dinheiro Vivo, apesar de trabalhar com menos pessoas, continua a dar o seu contributo para a redação.

Mas este dia também revelou uma dificuldade: a escolha das páginas de atualidade do jornal. Poderia, até ao final dia, mudar radicalmente. Entre uma proposta segura – foi apresentado um tema da área de Sociedade que tinha bastante potencial para ocupar duas páginas – ou uma proposta que não se sabe o que vai resultar – um tema da atualidade política que pode durante o dia ter desenvolvimentos. Também se notou uma maior dificuldade em sugerir fontes para as “alegações finais”, especialmente por ser um dia mais difícil para contactar alguém que esteja disponível. O elemento da direção manifestou o seu desagrado com o resultado final de grande parte deste segmento: “em 80% das vezes não resulta no que inicialmente foi proposto”.

No final da reunião um dos editores executivos sugeriu apenas ao elemento da direção que apenas se desse indicação a um dos editores para alargar o trabalho deixando assim oportunidade para abrir o espaço da atualidade ou reduzi-lo.

## **Dia 7**

Começa-se a desenhar as páginas mais cedo. Um dos elementos da direção presente diz que se deve ao facto de haver menos pessoas junto da mesa redonda. Os gráficos alternam-se à medida que chovem as indicações de cada área, mas há muita coisa que já está preparada e tudo decorre com maior rapidez do que um dia da semana habitual. Os desenhos de cada página são discutidos e a maior parte concorda com as opções escolhidas. Os gráficos vão apenas anotando os desenhos que os editores pretendem, chamando a atenção para os tamanhos dos textos e as fotos a incluir.

Como se trata de um feriado religioso já há uma peça que foi preparada e necessita de uma infografia a acompanhar, mas nenhum dos gráficos demonstra que terá falta de tempo para concluir esta tarefa. As divergências concentram-se mais nos ângulos de abordagem dos conteúdos do que propriamente nas opções gráficas.

Mas a esta hora já se sabe, pelo menos, qual será uma das manchetes, o que dá um avanço muito grande a várias fações do jornal.

Algo que me intrigou foi o fato de ver poucos jornalistas saírem da redação por sua conta. O Diário de Notícias não tem serviços de motorista, são “coisas de outros tempos” e os investimentos e gastos têm que ser direcionados para outras coisas. Ora, um dos elementos da direção disse-nos que muitos jornalistas (depois corrigiu para uma minoria) não têm carta de condução. Há um sistema de créditos para chamar táxis para serviços dentro da cidade, que é gerido pelos editores executivos. Na impossibilidade de ser dentro da cidade, opta-se por um jornalista que tenha carta – caso seja necessário sair para longe – ou então certificar que o fotógrafo que o acompanha tem carta de condução. Isto só serve para fundamentar o conceito de sedentarismo da profissão.

## **Dia 8**

Hoje o dia parece marcado também por muitas confusões na escala de pessoal. Em semana de feriado quase no final da semana, os redatores do online estão a tentar perceber como podem assegurar o serviço do jornal da melhor maneira possível. A orgânica funciona, mesmo com limite de pessoal, mas imprevistos acontecem. Há falta de pessoas na redação e provavelmente o local onde se sente mais essa falta é no online. Os jornalistas sentem que estão um pouco à deriva e “que vão fazendo o melhor que sabem, mas sem grande estratégia”.

Receberam uma sugestão para a área das artes, mas por falta de pessoal, uma das editoras disse: “é uma oportunidade engraçada, mas não tenho ninguém para enviar para o terreno”.

Alguma confusão entre áreas: os jornalistas da revista Notícias Magazine já tinham feito uma entrevista a um fadista, mas resolveram não informar a redação do Diário de Notícias. Como tal, por pouco não houve duplicação de informação simplesmente por falhas de comunicação entre colegas de redação.

Às 19h a agenda política marca o passo da própria redação ao serem oficialmente apresentados os secretários de estado do governo e que marcou a atualidade durante todo o dia, em particular na área do online. Os jornalistas, em especial os de política, estão de olhos postos nas televisões a acompanhar o processo, que de si não tem nada de novo, mas que importa reter que daqui poderão resultar dados, alterações ou

atualizações importantes para o site. Um dos diretores faz o acompanhamento junto dos jornalistas. Para esta redação estas nomeações parecem particularmente interessantes de acompanhar ou não fosse um dos secretários um antigo colaborador do Diário de Notícias.

## **Dia 9**

Em dia de Conselho de Ministros a reunião do jornal gira em torno da política e das implicações da economia. Na reunião é dito que o jornal conta com poucas pessoas para avançar para certos temas e nota-se alguma frustração pela parte de alguns dos editores.

Foi a primeira vez que assistimos a uma jornalista do online a sair da redação para uma entrevista. Tal facto poderia ser inédito não fosse a sua prioridade o papel. Saiu da redação com um gravador de cassete e referia-se ao aparelho como “uma relíquia que nunca me deixa ficar mal”. O objetivo é acompanhar uma marroquina que terá um lugar de destaque no jornal em papel. Perguntei que espaço lhe seria dedicado no online e referiu que raramente entrevistas destas são aproveitadas para o site.

A reunião de hoje teve alguns descatos e algumas palavras gritadas dos editores para o membro da direção. Uma situação sem precedentes, mas que pelo desfecho julgo ser algo que acontece de vez em quando. Os jornalistas são sempre mais contidos na presença da investigadora, mas isso não aconteceu hoje. Perante a recusa insistente, por falta de meios humanos, da área de economia produzir mais, o membro da direção deu tudo por terminado antes que tivéssemos tempo para perceber qual era o alinhamento do jornal.

Foi a calma e discernimento da editora executiva de redação que colocou tudo mais calmo. Parece habituada a lidar com personalidades fortes e a dela é muito forte.

A discussão continuava fora do escritório, nos corredores, nas seções e no fim, a editora executiva conseguiu o concílio entre todos.

Em dia de comemoração da Liberdade, é feriado do 25 de Abril e agenda política sobressai. O jornal, com algumas páginas dedicadas ao feriado da revolução e aos principais marcos históricos que a própria data assinala quisemos perceber o que é que o site havia produzido.

Nas reuniões continua a não haver referencia ao site apesar da presença dos editores nem planeamento para publicação. Em dias como este a redação fica desfalcada e são poucos os jornalistas. O online parece sofrer ainda mais com isso. Com a junção de tantas áreas a convergir com uma única secção, regista-se a ausência completa de jornalistas na área do internacional.

Seguramente estarão outros jornalistas que podem ajudar com uma notícia de última hora, mas o seu foco de atenção vai ser certamente o jornal em papel. Sabemos que um dos membros da direção é especialista em assuntos internacionais e ele está hoje na redação, talvez como forma de suprimir essa falta do online.

Mas não deixa de ser estranho e altamente prejudicial para o jornal, e para o site, tão marcadas ausências neste campo. Estão presentes, por exemplo, duas pessoas das Artes. Não estamos a diminuir a área, mas não será qualquer jornalista capaz de produzir conteúdos da área do internacional.

Hoje as reuniões sucedem-se com maior frequência, fruta das indecisões da manhã. Fui fazendo alguns dos questionários aos jornalistas presentes no jornal e a aceitação foi muito boa. Todos se mostraram disponíveis e colaboraram com um questionário que de si é extenso. Dizem-me que “os coloquei a pensar sobre várias questões” e que “tenho questões a tratar que não são tão lineares”. Há perguntas difíceis de responder. Não tenho a certeza se todos sabem o que é a convergência.

Hoje ressalta, porém, um ponto muito interessante. Foi referido, ou não fosse o diretor presente na reunião o responsável pelo núcleo do online, a preparação de um tema para o site. Com a presença também de uma das editoras do núcleo, foi dito que o jornal é patrocinador de uma iniciativa de desporto para o fim-de-semana e que o site terá que estar atento ao que se vai passando. A parceria direta será com o desporto e terá que articular como vão proceder à publicação dos conteúdos desportivos no site.

Um dos membros da direção concorda que a prática é de facto mais sedentária, mas discorda na qualidade menor atribuída muitas vezes à versão digital. Conta que a versão digital tem outras qualidades e vive de outras prioridades que o papel não tem. Como tal, é difícil avaliar a qualidade de duas plataformas com prioridades tão diferentes.

## **Publicar e gerir conteúdos**

### **Dia 1**

Antes de chegar à reunião de redação um dos editores executivos adjuntos já tinha recebido dois emails de uma das jornalistas dando a indicação que haveria desenvolvimentos significativos para a sua área, com uma notícia em específico. Quando questionado qual seria o papel da jornalista a seguir, respondeu que ela já tinha saído e estaria de volta dentro de momentos com a documentação que lhe havia referido. Às 12h00 já tinha a informação que necessitava.

O editor executivo sugeriu ainda, por se tratar de uma temática repleta de dados estatísticos, que a jornalista reunisse informação suficiente para fazer uma infografia. Mas este trabalho gráfico não é feito pela jornalista, mas sim por uma equipa especializada que desenvolve, com as devidas orientações, este tipo de trabalho.

### **Dia 2**

A preocupação maior do jornal é com as páginas da atualidade, pois são defendidas como as mais importantes do jornal e são estas páginas que ganham maior destaque na reunião de redação. A única alteração nas temáticas apresentadas é que algumas das notícias resultaram em follow-ups do dia anterior, que traduz um planeamento mais mastigado das notícias.

Uma das áreas que é das primeiras a ficar pronta é a Ciência, por se tratar de informação que, improvavelmente, não irá sofrer grandes alterações ao longo do dia. Além disso, as imagens ou infografias associadas são facilmente tratadas e incluídas no tema.

O editor nem sempre consegue saber se todos os temas lançados na reunião e tem que pressionar os jornalistas da sua área a saber se há uma história a seguir ou não. A expressão usada foi “ataca isso para saber se temos história”. As pressões são constantes, pois irá determinar o seu posicionamento nas páginas do jornal. Para se libertar da tensão e do ruído que começa a crescer na redação, este editor trabalha com headphones para tentar concentrar-se.

Conta que as tecnologias vieram mudar a sua rotina e a capacidade de estender o seu trabalho a mais fontes. Facilitou muitos processos, quer no tratamento da notícia e na sua elaboração. Mesmo com as fotografias é o que acontece. Tudo fica mais disponível se usamos a Internet. O caso ontem foi de um estudo de uma universidade que disponibilizou de imediato uma imagem. Essa mesma imagem apenas foi ligeiramente trabalhada para ser publicada online e no papel. Mesmo dentro do próprio grupo económico há uma parceria clara na partilha de fotos, exceto se o jornal reclama o exclusivo. Aí será sempre necessária uma autorização para o uso desses elementos.

Os telefones são usados como principal ferramenta de trabalho e o trabalho na redação acumula-se. São poucos os jornalistas que hoje saem do jornal e tentam trazer algo de novo da rua. Ao lado, depois do dia de ontem ter noticiado um dos casos mais mediáticos da sociedade portuguesa, o telefone não pára. Hoje são os advogados que estão na ribalta na tentativa de conseguir um follow-up ao que foi noticiado. O telefone é a “arma” escolhida. De forma rápida e com curtas declarações da parte dos entrevistados, a jornalista consegue chegar a praticamente todas as fontes sem ser necessário uma deslocação. Todas as temáticas apontadas na reunião da manhã mantêm o seu desenvolvimento no seio do jornal, próximo do telefone, próximo do email e próximo das últimas enviadas pelas agências de comunicação.

Em dia de um grande evento desportivo o desenho das páginas poderá sofrer alguma alteração. O desporto assume um grande papel na organização do jornal em papel. No online, apenas se faz o acompanhamento do que vai surgindo. Curioso também é que apesar de se dar grande destaque para o papel, para o online continua a não existir qualquer plano detalhado. Por exemplo, falta uma hora e meia para o início do jogo e não há, nem no separador de desporto nem na primeira página qualquer indicação alusiva.

Ainda assim, segundo um dos editores, usualmente o desporto tem uma função mais ativa no site no decorrer do jogo. Haverá sempre um jornalista mais dedicado à versão em papel enquanto no online se faz o acompanhamento ao minuto do que está a acontecer.

Voltando ao evento desportivo, no site do Diário de Notícias ainda não aparece nada, enquanto nos sites concorrente já se começam a pintar as primeiras antevisões ao jogo. No caso do JN, que faz parte do mesmo grupo económico, e conta com um enviado especial, já há antevisão de jogadores que irão alinhar.

No Público, a meia hora do início do jogo, já há um link para os resultados em direto. Mais nenhum diário ou semanário faz qualquer antevisão ao jogo. Na redação, em particular no desporto, já se nota a agitação que antecede um jogo importante. Veremos como será a ação dos jornalistas no site.

Meia hora antes começamos a perceber que o site se movimentava mas na redação ninguém parecia ser responsável por isso. Apareceram as primeiras atualizações de minuto a minuto e a disposição das equipas. Só quando nos dirigimos à mesa do desporto percebemos ao falar com o editor adjunto que, de facto, há um responsável pelo online, mas é um colaborador que trabalha a partir de casa. Este jornalista está, segundo o editor, bastante habituado a este tipo de trabalho. A partir de casa, e mais uma vez segundo o editor, porque tem um grande à vontade com as tecnologias, faz a atualização minuto a minuto e vai publicando fotografias. Este acesso às imagens faz-se a partir da Reuters, banco que também este colaborador tem acesso. Não há grande planeamento online. Este colaborador, que já faz este trabalho há mais de um ano, tem grande autonomia, respeitando as diretrizes impostas desde que começou a colaborar desta forma e com esta regularidade. De qualquer forma, sempre que necessários os editores adjunto vão fazendo recomendações ao início, a meio ou no fim de jogo. Por exemplo, a meio do jogo um dos jogadores ficou impedido de participar no jogo seguinte e essa indicação foi imediatamente transmitida pelo editor adjunto ao colaborador. Essa informação será publicada logo de seguida no site.

No caso de ser um jogo da liga, já não é assim. O mais provável é que seja feito por um jornalista da redação. Por haver uma parceria com a Sport TV o jornal utiliza, muitas das vezes, as imagens dos golos que são disponibilizados pelo canal televisivo.

O jornalista responsável pela construção do texto para o papel ouve a emissão com headphones pois as televisões, apesar de ligadas, estão com o som em off. Desta forma, o jornalista ouve a emissão para se manter atualizado e saber concretamente o que dizem os comentadores para ir fazendo pequenos apontamentos. No seu computador tem anotado as respetivas equipas. O texto para o papel não sofre um grande

planeamento. Faz-se no final do jogo, mas desta vez o jogo é cedo, o que dá alguma margem de manobra para escrever a notícia. Caso o jogo fosse à noite, e por uma questão de economia de tempo já que o jornal tem que fechar, as coisas seriam bem diferentes: “já sei mais ou menos como será o texto, só falta saber o planeamento da página. Assim que o editor adjunto fornecer o planeamento, vou ter as figuras do jogo e uma crónica geral do jogo e será também deixado um espaço para as citações da conferência de imprensa.”

Apesar de um jogo de futebol ser sempre imprevisível, o jornalista referiu que se o resultado ao intervalo for muito explícito e com uma grande vantagem, poderá começar a escrever o texto pois à partida o resultado não deverá variar muito. Mas já aconteceu fazer isso e ter que mudar tudo no final do jogo.

O ambiente, mesmo assim, não sofre grandes alterações. Pelo menos não até não se saber o resultado. Os jornalistas já lançam piadas sobre os títulos. Trocam informações entre eles. E o ambiente só se altera quando a equipa marca golo.

Depois do final do jogo é tempo de escrever o texto e todos os outros pormenores que irão compor a página. Começa a escolha das fotografias que vão para a página. O jornalista escolhe a fotografia, mas os gráficos fazem o trabalho mais prático como o recorte e inserção. No online, o colaborador no final do jogo apenas faz um resumo de tudo o que aconteceu e só colocará outra informação se estiver diretamente relacionada com o que publicou.

### **Dia 3**

Por ser um dia fortemente marcado por uma agenda política, as principais indicações foram para esta área temática. Deu-se ainda as indicações para o acompanhamento do evento a partir da redação: “fazemos isso minuto a minuto, a redação de uma peça geral, inclusão de comentários de especialistas políticos e tratamento de imagem”. Foi sugerido pelo diretor adjunto que se enviasse para o local dois fotógrafos pois o acontecimento poderia resultar em confrontos em diversos pontos e um só fotógrafo poderia não ser suficiente.

Durante todo o dia um dos subdiretores acompanha mais de perto a redação juntando-se à mesa central, perto de um dos editores executivos. E é algo que se repete todos os dias. Os restantes subdiretores e diretor resguardam-se mais nos seus gabinetes.

Um dos editores, quando questionado qual o planeamento para o online do dia, afirmou que há sempre alguém responsável pelo online da sua secção; “normalmente essa pessoa chega mais cedo e vai observando nos outros sites e agências de informação o que está a ser publicado. Vai fazendo algumas atualizações ao longo do dia, mas sem um plano propriamente detalhado.” Usualmente, da parte da manhã é enviada uma história para o online, mas o seu franco desenvolvimento, a não ser que o seu teor seja de extremo relevo, só tem a sua expansão na versão em papel.

A organização do site, segundo nos explicou uma das editoras, é feito chamando um tema para manchete, usualmente com fotografia. Seguem-se as notícias importantes sem destaque fotográfico e à medida que vamos descendo as notícias também vão perdendo o “seu grau de importância”. Na coluna da direita ocupam os destaques vídeo ou chamadas mais importantes, mas que na dimensão da notícia possa ocupar um espaço menor. Depois, dividem o site por Portugal, Ciência e Tecnologia, Bolsa, Economia e Globo, que a equipa do online vai gerindo e atualizando. A área Pessoas fica inteiramente a cargo dos Media, no 5º piso, que por hábito coordena tudo o que diga respeito a esta temática.

Ao contrário de outros sites de diários generalistas, o Diário de Notícias tem sempre uma data e hora junto da notícia publicada, o que obriga a uma constante atualização para que “o leitor não fique com a sensação de que o site não se altera”. Uma das editoras vai mais longe e chama o seu trabalho de “milagre das sinergias”, tal é o tamanho e abrangência do seu trabalho.

#### **Dia 4**

Ao falarmos sobre a informação em profundidade ou jornalismo de investigação alertou para o facto desse fim-de-semana o jornal em papel ter investido precisamente numa grande reportagem. Mas quando lhe perguntei se isso teria alguma visibilidade no online, respondeu que não. O mercado é muito diferente. De facto, se o leitor comprar a versão e-paper terá acesso a esse conteúdo mais exclusivo, mas quis saber a razão de não se apostar na venda online, mas compartimentada, deste tipo de conteúdo.

Respondeu que estaria disposto “a experimentar e ver como resulta” e se os resultados fosse bons o jornal poderia considerar em investir em algo assim. Fez até uma comparação ao New York Times, que têm reportagens especializadas e desenvolvidas com produtos convergentes. Apesar de a ter caracterizada como demasiado extensa e que é preciso ter tempo para absorver tudo o que estava disponível, concordou que poderia ser um caminho a seguir “se houver clientes que queiram pagar por isto, porque não?”

A meio da tarde ainda se recebem novas informações via email. A PSP enviou informações importantes para Segurança do jornal, de forma a completar informação dada numa notícia que ainda não se conhecia todos os contornos. Mais uma vez a tecnologia facilita a movimentação e o fluxo de informação entre fontes e jornalistas.

### **Dia 5**

Em dia de pouca movimentação na redação, pela aproximação do feriado Quisemos saber também como é que o processo funciona para o online. É muito diferente. Para já não há um planeamento de manchete para o dia seguinte, já que os temas principais são renovados e atualizados várias vezes ao dia. Não há nenhuma estratégia por trás disto. Quando questionamos a razão, o elemento da direção disse que simplesmente isso não é prioridade, pois não convém que o online “mate a manchete do jornal”. Só no caso de haver um acontecimento de última hora. Além disso, as manchetes mudam sempre ao longo do dia, às vezes “mais de 10 vezes por dia”.

### **Dia 6**

As fluxos de notícias começa a aumentar à medida que a manhã avança e que a hora de almoço se aproxima, culminando com a agenda pública – e também a política. A nossa posição na sala é no seio do núcleo do online para percebermos como é que as notícias são construídas e como se processam os fluxos da informação. Os jornalistas do online estão sempre de olhos postos no programa que reúne todas as principais informações das agências de informação, quer internacionais quer a nacional Lusa, e este é o ponto de partida para muitas das notícias que vão seguir para o site. O programa é o Millenium e vai reunindo por ordem das mais recentes o que está a ser divulgado pelas agências.

Ao mesmo tempo que começam a preparar a redação das notícias, os jornalistas do online vão questionando as secções se estão a par do que está a ser publicado. Mas a verdade é que não estão a preparar os temas. Diz uma das editoras que “à exceção da área do desporto, que consegue produzir uma grande quantidade de informação para o site, nós (online) temos que ir fazendo este trabalho durante todo o dia, quando na verdade era responsabilidade de cada área temática. “Estas eram pelo menos as ordens que haviam sido dadas quando a redação resolveu adotar o modelo de integração”, conta uma das jornalistas.

A jornalista faz praticamente copiar e colar do que está a ser publicado na Lusa. Os títulos pouco mudam. Não há tempo para reescrever o que está a ser divulgado pelas agências, a não ser quando têm que proceder a uma tradução pois o original está em inglês ou francês. Mesmo assim, a tradução e a elaboração da notícia é *ipsis verbis* o que está a ser divulgado. A fonte anotada no final da notícia é a de agência e por isso o site perde muito na produção própria.

O multitasking desta jornalista é redigir a notícia, confrontar com a área da política, seleccionar a fotografia que funciona melhor e determinar o seu posicionamento no alinhamento do site. Grita para o online “Vou para manchete”, para evitar que mais alguém trabalhe nessa área em simultâneo e o sistema bloqueie, como já aconteceu no passado.

Um outro cenário muito comum é consultar o site do Dinheiro Vivo, que além de ser “parceiro” do mesmo grupo económico, permite, através do programa em back office, copiar e redireccionar os links das notícias. A jornalista conta que “é habitual procurar informação na agência” e que é um ponto muito forte para a preparação de notícias, em particular na área da economia.

As manchetes mudam se surge um assunto que tem maior potencial de atração de leitores e que seja “mais chamativo”, revela a jornalista do online. Os títulos são feitos em consonância com a secção em questão. Depois da notícia escrita, é altura de a destacar dentro da área a que pertence (economia, sociedade, política, etc.), determinar os principais tags – importante para a procura da notícia em motores como o Google, por exemplo – e fazer a divulgação nas redes sociais.

Erros acontecem. Quando há falha de comunicação entre os redatores, acontece como hoje com a repetição de um dos temas de política, na zona de destaques. Quando a editora questionou quem teria publicado a notícia pela segunda vez, ninguém assumiu a responsabilidade, o que leva a crer que poderá ter sido alguém da área da política e fora do online a fazê-lo. Uma outra coisa que acontece é alguém de uma determinada secção escrever e só depois avisar o online: erros de comunicação entre os que mais estão habituados a comunicar.

O site aparece organizado segundo uma lógica renovada e a estrutura é pensada de forma a ser dado destaque no primeiro quarto de página. As manchetes podem ser elaboradas de três formas: a manchete normal, que ocupa metade do corpo e tem normalmente ao seu lado uma coluna que pode constituir-se como uma segunda manchete. Esta coluna foi criada de propósito a pensar no mobile, pois grande parte dos utilizadores da aplicação, ao acederem por telemóvel, não conseguiam visualizar essa informação; pode também ser feita uma super manchete, que suporta uma taxa de ocupação da página que chega a três quartos com possibilidade de reunir, na parte de baixo, três destaques. E, finalmente, há a manchete a 100% que ocupa toda a página.

Os destaques centrais vão até ao módulo de desporto, que se encontra mais ou menos na parte central de toda a página, seguido do espaço para vídeos. Temos também duas colunas: a primeira, referida acima como a ocupar espaço de destaque, é a mais central da página reúne destaques até da bolsa; a coluna mais à direita reúne informação mais ou menos estática – publicidade, editoriais, etc. – blocos de compra e um espaço de inquérito.

Este segmento normalmente é sugerido pelo último editor da noite. É uma temática diferente todos os dias e normalmente está relacionado com um tema que figura na capa do jornal desse dia.

O restante espaço, são as notícias com menor relevância. Seguem-se as secções do Globo, sempre com uma fotografia a 100% e de Ciência. A parte final da página é dedicada ao espaço de opinião, normalmente feita por elementos da redação e os seus textos com a imagem associada.

Apesar de verificar que a equipa se ajuda mesmo durante a hora de almoço para não deixar de fazer o acompanhamento, o site vai sendo atualizado de forma lenta. Há pelo menos duas horas que a manchete não muda. Mas por outro lado outros trabalhos estão a ser preparados, grandes trabalhos e mais gráficos, que englobam não só a equipa do online (da área internacional) como os que habitualmente escrevem opinião. Diga-se, que o que está a ser planeado tem lugar para o papel e não para o digital.

Os estagiários que vão encontrando o seu lugar pela redação, fazem um pouco de tudo, incluindo para o online. O seu trabalho é revisto pelos editores, mas dão um contributo um pouco por todo o jornal, incluindo nos outros pisos, como é o caso da área de Media.

### **Dia 7**

Na mesa do online seguem-se as conversações com embaixadas em inglês, seguem os preparativos de entrevistas internacionais para o papel – já que também se ocupa do internacional. A preocupação neste momento não é com o online. Mas há uma avaliação recorrente do que está a ter mais impacto e o que interessa mais ao público. Uma das notícias que está em manchete não está a ter a aceitação que se pretendia: “Isto do metro do Porto é importante, mas ninguém quer saber disto”, diz uma das jornalistas do online. Ao que um jornalista da sociedade remata “as pessoas estão cansadas dessas histórias, quem coisas mais próximas de si, e das suas realidades”, refere.

Na redação online alguns problemas durante a tarde: uma notícia surgiu no site em duplicado mas só foi detetada pela editora executiva online. Quando questionou, vezes e vezes sem conta, ninguém se acusou. É a segunda vez em dois dias que isto acontece. Uma outra situação foi verificar que a editora executiva da redação exigiu ao editor da área da sociedade a imediata publicação de algo que eles estavam a trabalhar há horas, para o site. “Isto já lá devia estar”, argumentava ela. O editor respondeu que a jornalista estava no terreno e que ele não tinha a informação para avançar com nada em concreto. No final, acabou por contactar com a jornalista para que ela produzisse algo para a plataforma.

### **Dia 8**

Foi também dito que há jornalistas no local a cobrir o evento. Curiosamente não serão eles a fazer o trabalho a partir do terreno mas sim os jornalistas que estão na redação,

apesar dos primeiros terem acesso ao programa de back office. Mais uma vez o trabalho está concentrado na redação do jornal e não fora dela. A notícia era efetivamente de carácter regional, mas foi dada preferência à sua elaboração a partir da redação.

Uma das estratégias salientadas foi que poderiam aproveitar, já que estão no terreno, as conferências de imprensa que vão acontecendo e conseguir algumas frases chave para o site. Não houve menções a vídeos ou a sons. Não há um aproveitamento dos recursos mas quase como um mero redireccionamento do que vai sendo feito no terreno. Ainda não sabemos ao certo como se vão organizar pois não conseguimos falar nem com a editora executiva online nem com o editor de desporto.

## **Dia 10**

Uma outra jornalista afirma “posso achar que se publica má informação, pela pressão da rapidez, mas continuam todos a fazer”. De novo as resistências à adaptação e à renovação rumo a jornalismo diferenciado. Acredita também que por força da rapidez afetam a exatidão dos factos. Ser o primeiro a dar é importante, mas com a verificação. O que muitas vezes faz é lançar apenas uma linha para o site (atualização) e só depois de conseguir confirmar é que completa a notícia. Mas revela que isso não acontece com todos na redação.

Aponta também uma falha ao site que ainda ninguém tinha referido. Diz “o site não tem serviços ou utilidades que acho que seriam essenciais para trazer mais pessoas ao nosso site ou simplesmente para não abandonarem. Saber as sessões de cinema ou as farmácias de serviço acho que faz falta”.

Falamos com um dos elementos que tem claramente uma postura mais divisória no jornal. Publica para o online e entende como deve ser o seu funcionamento: melhorado, atualizado e reestruturado. Mas, os elementos base do jornalismo, esses são imutáveis. Acredita que o jornal se distanciou um pouco dos valores e do rigor que usufruía no passado e é contra as notícias Light e fait-divers. Assume claramente: “sou editor executivo. É muito mais exigente ser editor que outra coisa e recuso-me a ser diferente por uma questão burocrática ou orgânica.”

A sua opinião é que a cultura promove a reflexão crítica da audiência e afasta-se dos temas que são sensacionalistas e sem conteúdo. É preciso ajudar a formar o público ou citando-o “fazer, formando”. Essa competência dos jornais perdeu-se, segundo o jornalista, com os tempos e é difícil de recuperar. Lê jornais de referência todos os dias e sabe o que é produzido lá fora, só tem pena que em Portugal não se possa fazer o mesmo. É um dos jornalistas que mais contesta nas reuniões e sabe que nem sempre fica bem visto, mas recusa-se a negar no que acredita que é o melhor caminho para o jornal. Não poupa críticas ao site do Diário de Notícias quando afirma que precisa de muitos melhoramentos, especialmente no webdesign e na forma como constrói os seus conteúdos.

### **Os jornalistas: papéis, cultura e geração**

#### **Dia 4**

Na redação são poucos jornalistas. Se os mandassem todos para o terreno – ou pelo menos uma grande parte – a redação poderia correr o risco de não ter massa suficiente para repor conteúdos. Há falta de mais profissionais na redação, mas a crise e a sustentabilidade financeira dos próprios jornais a isso obriga. Não é novidade para ninguém que todos os jornais em Portugal estão a passar pelo mesmo e este não é um problema que só diz respeito ao Diário de Notícias.

É preciso um grande jogo de cintura por parte dos jornalistas. Ao lidar com casos mais mediáticos, as personalidades escrevem aos jornalistas, redobrando-se em agradecimentos para evitar comentários ou notícias menos positivas. Mas pode muitas vezes ter o efeito contrário. É um jogo de bastidores que os jornalistas são obrigados e se obrigam a fazer.

A atualidade noticiosa colocava em primeiro plano um acontecimento político e daí ter insistido em seguir mais de perto a política. Na verdade, não conseguimos assistir ao desfecho da secção pois o evento estava marcado para as 21h e a essa hora era impossível à investigadora estar presente.

Usualmente a secção é dividida por partidos – um dos editores adjuntos trata dos assuntos do PSD e da Presidência e outros dos editores dos partidos da oposição, enquanto a restante equipa coordena assuntos ligados à justiça, à defesa e um jornalista dedicado apenas ao Parlamento. Este, por sua vez, é frutífero em informação a ser

transmitida para a redação e confessaram-nos que “era necessário até mais uma pessoa dada a quantidade de informação que nos chega dali”. Através do telefone e Messenger, as informações do Parlamento chegam à redação, com a vantagem que este jornalista em particular, com acesso ao back office, faz os seus conteúdos prontos a serem publicados no online, depois de devidamente autorizados.

Mas uma coisa parece ser ponto comum: há poucos jornalistas na redação, seja para tratar a verã em papel, seja para o online. Com uma massa maior de jornalistas seria possível fazer “apostas mais arrojadas” e “com outra dimensão”. Mas não há uma equipa completa que permita a flexibilidade para operar em todas as frentes. Talvez por isso e também por opções editoriais o online do DN apresenta-se ainda com algumas dificuldades no que respeita a jornalismo convergente.

## **Dia 5**

“Outros jornais já fizeram essa opção, mas é como digo são opções editoriais”, diz um dos editores referindo-se ao Público. As redes sociais são outro ponto em que a produção é inexistente. Não é por desconhecimento. Na verdade, estes jornalistas sabem fazer tudo e bem. Mas as redes sociais ainda não têm a dinâmica necessária. Não há jornalistas para fazer este trabalho, que exige atenção constante ao que está a acontecer com as personagens-chave ou figuras de destaque.

Quase todas as secções contam com estagiários. Acabam por dar o seu contributo ainda que muitas vezes com textos pequenos. Mas esta aposta na formação é importante e os jornalistas mais experientes fazem um esforço por contribuir ativamente passando a experiência e o know-how da profissão.

Quanto ao retrato dos jornalistas que compõem a redação o cenário é bastante heterogéneo. Há dois anos cerca de 10 Jornalistas, do extinto 24 horas, transitaram para o Diário de Notícias e alguns fotógrafos aproveitados para a Global Imagens. Ainda teremos que aceder a dados mais concretos, a partir dos recursos humanos, o retrato da redação, segundo o que me contou o subdiretor e de acordo com a nossa observação, é mais ou menos este: mais de 10 pessoas trabalham, pelo menos, há mais de 20 anos no Diário de Notícias; Há muito pouca gente com menos de 30 anos, a não ser os estagiários que se vão alternando pelo jornal; a maioria dos jornalistas situa-se na faixa etária entre os 30 e os 45 anos.

Isto revela muito sobre o perfil não só do jornal mas do que dela fazem parte. Há uma geração mais experiente que norteia o jornal em papel, que transmite a sua experiência para outras gerações. Mas ao mesmo que recusa o mundo digital. O online tem na sua mesa a geração mais nova e mais ativa do jornal. Apesar de contar com membros com mais experiência na sua maioria estes elementos são os agentes em ação constante na redação, sempre a informar das notícias de última hora que vão chegando, via feeds e agências, enquanto produzem de raiz para o online e para o papel e coordenam áreas distintas como o internacional e as artes. Parece haver mais reticência em publicar para o site do que para o jornal. Apercebemo-nos que o jornal é, um meio, por habituação. O online é mais distante e daí ser mais temido. A ditadura do “em cima da notícia” e da publicação imediata traz muitas preocupações e medos para estes jornalistas.

É com alguma frequência que se fala de outros jornais, especialmente os outros diários generalistas nacionais. O Diário de Notícias tem uma marca muito forte no mercado, mas é mais forte ainda no seio do jornal. Os jornalistas identificam-se com esta marca e, mais importante, identificam-se com o que a marca espera deles. Dificilmente estes jornalistas conseguiriam escrever para um jornal que não siga a mesma linha editorial. As notícias são mais profundas, são cuidadosamente delineadas e esta redação tem jornalistas que já fazem isto há muito tempo. A preocupação em investigar e em escrever bem sente-se à distância das mesas que nos separam.

Se por um lado deixam de lado o lado mais escandaloso das notícias, por outro não se inibem em escrever um bom texto, bem fundamentando. Há confiança dos elementos da direção nestes jornalistas, até nos mais novos que compõem o quadro. Pois sabem que o que vão fazer será de certeza respeitador para a política do jornal. A tendência de falar dos outros jornais parece-me natural. Há sempre receio que se descubra fragilidades e que os outros fiquem a saber mais do que devem, mas a nós interessa-nos perceber mais a razão destes jornalistas, fieis e cumpridores, é tão forte cá dentro. O público parece não entender isso e o trabalho feito no DN quase lhes parece de outro mundo.

## **Dia 10**

Nas conversas entre os questionários grande parte dos jornalistas apontam as ferramentas de trabalho: cingem-se ao processador de texto e ao programa de back office. O seu nível de polivalência, até nos que diz respeito às ferramentas, é mais limitado. Apenas um pequeno nicho da redação, talvez os tais 1 para 8 jornalista que o

membro da direção mencionou na entrevista, é capaz de enumerar outras ferramentas que não estas.

Seguem as conversas mais próximas dos jornalistas que insistem que os trate por tu e que revelam cada vez maior empatia com o trabalho que estou a desenvolver, classificando-o como de revelo e extrema importância, especialmente pela dimensão que assume.

Uma jornalista pergunta se é anónimo ao que de imediato asseguro que sim e que pode estar à vontade para fazer afirmações mais controversas. Não tem problemas em confessar o que pensa e pergunta-me se este questionário é sobre o que ela pretendia que o jornal fosse ou se é sobre a realidade que o jornal e os profissionais atualmente atravessam.

Conta que há muita coisa que precisava de ser mudada, até na mentalidade dos próprios jornalistas pois há muita coisa que não funciona bem e não é bem-feita, mas, em favor de publicar rapidamente, a qualidade do trabalho às vezes deixa muito a desejar.

Uma das vantagens da internet que enumera é a aproximação ao leitor. Diz que algumas vezes há leitores que ligam para a redação ou pedem o email, mas infelizmente a maior parte das vezes é para os insultos. Mesmo assim, os comentários e a proximidade é boa.

Destaca que apesar da internet ter trazido muitas vantagens o jornalista nunca perdeu a sua função: “de gatekeeper e de filtro da informação e o que nunca vai perder, pois a informação na internet é tão excessiva que necessita de facto de alguém que a organize e ajuste às necessidades dos leitores”. A dificuldade em atribuir autoria e até uma imagem credível pode ser muitas vezes complicado, mas daí ser ainda mais importante o papel dos jornalistas.

Um ponto que é mais ou menos consensual é o facto do jornal impresso ainda preservar alguns exclusivos jornalísticos. Apesar do online fazer uma grande pressão para a publicação e rumo à atualidade, o jornal impresso ainda consegue distanciar-se deste modelo e guardar alguns elementos para a versão em papel, reservando o seu papel de autonomia, profundidade e a identificação à credibilidade que os jornais habituaram a audiência.

## **Organização dos atores no espaço noticioso**

### **Dia 2**

Em conversa informal com um dos editores percebemos que esta rotina é mais ou menos igual todos os dias. Depois da reunião, cada editor de área faz uma síntese junto da sua equipa e faz a usual distribuição de serviço. Os temas que foram lançados previamente são agora distribuídos pelos jornalistas que já estão na redação – grande parte do fluxo de jornalistas apenas chega depois das 12h – e aos poucos as primeiras notícias são preparadas.

### **Dia 3**

Os gráficos responsáveis pela paginação do jornal em papel convivem no mesmo espaço que os editores executivos, editores e jornalistas, próximos de mexidas nas páginas e alterações à paginação. O desenho da página vai sendo alterado em sintonia com um dos editores executivos. O mesmo acontece com os responsáveis pela edição online. Em linha estreita com a mesa de editores executivos, não só são responsáveis pelas notícias no online, como vão dando informações à redação sobre notícias da atualidade de última hora e que estão a ter desenvolvimento na web. Ainda no mesmo espaço convive uma equipa que se dedica à elaboração de infografias. Hoje há mais editores executivos adjuntos na mesa criada para a sua “estadia”. Os dois editores executivos que vimos no início da semana mantêm-se e a eles juntam-se, pois estiveram de folga, o editor executivo do desporto e do online.

Finalmente conseguimos falar com alguns responsáveis pelo Online. Trabalham por turnos, mas as suas responsabilidades vão muito mais além do que apenas o online. Na sua secção, que é muito central em toda a redação e tal e qual como acontece nas secções temáticas, estão junto à mesa oval, tratam de internacional e artes.

É o coordenador do online, um dos subdiretores, vai dando indicações, segundo os editores, “aleatórias”.

Inicialmente o estipulado seria que cada editor de cada área temática enviaria para o email “últimas” os textos que deveriam figurar na página da internet. Atualmente não é isso que acontece. Também estes jornalistas são responsáveis por escrever os textos de cada área, juntar os elementos que flutuam das agências de notícias a par da atualização constante das duas áreas pelas quais estão responsáveis. Só a área da Política parece contrariar esta tendência fornecendo com alguma frequência conteúdos para o site e produzidos pela secção.

É pouca gente para tanto trabalho. Há muito que não se assiste a entrada nova de pessoas na redação, apesar de já muitos terem saído. Há uma acumulação e um excesso de informação, mas são apenas estes jornalistas que parecem incorporar o espírito de jornalista que trabalha para multiplataforma e ao mesmo tempo domina a tecnologia e o saber. Além de preparar o online, não podem deixar de lado o papel. Também faz parte das suas funções. Dizem também ainda não ter percebido muito bem “como funciona o online” na dinâmica da redação e “vão fazendo o melhor que sabem”.

A equipa do online faz ainda a revista de imprensa dos restantes media e no final do dia, depois do subdiretor fazer a gravação da edição do jornal do dia seguinte, o jornalista do fecho do online tem que fazer um resumo por escrito dos títulos e do conteúdo com a indicação das páginas onde se encontram, seguido do vídeo e do link para a subscrição. Mas esta tarefa é encarada como “rotineira” e “cansativa” pois é uma mera repetição do que podemos encontrar no vídeo. O vídeo, como já referimos anteriormente, é publicado por volta da meia-noite.

Finalmente, questionamos a equipa do online sobre a gestão de comentários. O Diário de Notícias teve alguns problemas no passado precisamente por não ter esta situação clarificada. Hoje em dia não há gestor de comentários, mas há a opção do leitor fazer a denúncia de um comentário. Esta medida foi imposta pelo subdiretor do online, mas os jornalistas não conseguiram falar muito sobre isto por desconhecimento.

#### **Dia 4**

Depois da reunião estive a conversar informalmente com o subdiretor para tentar perceber melhor o seu trabalho e como o seu dia é definido em função das notícias e em função do trabalho da redação. Disse-me que o seu trabalho entre outras coisas consiste em assistir o melhor possível a direção do jornal. A ele cabe redigir as editoriais do

jornal, quer o de âmbito nacional, quer o internacional. Este subdiretor foca a sua especialização no espectro internacional mas admite que muitas vezes é chamado a tratar de temas do país. Além disso, vai-se desdobrando entre o seu gabinete – que partilha com os outros subdiretores – e a redação, especialmente quando se desenha os temas que irão figurar na atualidade.

Aos subdiretores cabe também o papel decisivo de escolha de possíveis manchetes. Em estreita sintonia com o diretor, seja pessoalmente seja à distância – telemóvel, Skype, SMS – diz que “em 90% dos casos está de acordo”, mas se o diretor não concordar então ele é responsável por arranjar uma solução.

Entre outras funções elege como a mais desgastante e a que consome mais tendo a reunião de planeamento. Principalmente se falamos de fins-de-semana prolongados em que a previsão de temas a tratar é ainda maior. Durante dois dias (normalmente segunda e terça, dado que a reunião se realiza à quarta-feira) reúne temáticas possíveis de serem abordadas e alguns temas “são encomendados”. Significa que algumas temáticas são sugeridas, pela direção ou outros colaboradores, como alvos potenciais a serem desenvolvidos e estes temas são então apresentados na reunião de planeamento. Também confessa que “tem noção que muitas coisas são adiadas, mas é melhor ter coisas a mais do que a menos”. E afirma ainda que as áreas de “política e economia são as que menos contribuem para o fim-de-semana”, daí a necessidade de ter sempre temáticas encomendadas e previamente preparadas.

Quando questionado se esta preparação atempada também acontece no online, respondeu que “a preparação do online é para o dia”. Não há grandes regras estabelecidas neste campo e salvo algumas exceções, em que são preparados conteúdos de antemão, nada nos faz crer que haja estratégia. À medida que vão fazendo os conteúdos vão sendo aproveitados pelo online. É este aproveitamento que mais nos preocupa. O online de facto não acrescenta muito. A informação é uniforme e há um desinvestimento em conteúdos audiovisuais. Só no caso da notícia ou evento ser algo de larga escala (especialmente mundial) é que se consegue fazer uma antecipação do que irá figurar no online.

O subdiretor confirma também a ideia já transmitida por grande parte dos elementos da redação: o online faz um pouco de tudo. O que deveria ser feito pelas secções normalmente é absorvido pela redação do online provocando uma evidente sobrecarga e

pouco aprofundamento da estratégia de conteúdos. No total, os elementos da mesa responsável pelo online não é superior a 6 pessoas, incluindo o editor executivo adjunto. De lembrar que à sua responsabilidade acresce ainda o internacional e as artes.

O cenário da crise dos jornais também foi abordado pela investigadora. O subdiretor respondeu, quando questionado se esta conjuntura económica afeta e em que dimensão o trabalho jornalístico e o próprio jornal, afirmativamente. Contou que neste momento é difícil traçar quadros mais gerais pois os jornais estão a passar por um processo de transição. Mesmo no que respeita ao recrutamento de jornalista, hoje em dia “é muito raro” e não há grandes perspetivas de fazer profissão. Lembrou que no tempo em que estagiou no DN, apesar de ter estado algum tempo à experiência, sabia que era uma questão de tempo – se os jornalistas fossem mesmo bons – até ser contratado. Foi mais longe e disse que se não fosse, hoje, a crise económica mundial “os jornais seriam uma reprodução do online e não o contrário.”

Uma das outras funções do subdiretor é a parceria que o Diário de Notícias tem com a RTP Informação. Todos os dias, ao final da tarde, o subdiretor de serviço é chamado ao espaço de diretor da redação, para fazer um comentário da atualidade. À RTP fica a responsabilidade de enviar as possíveis temáticas a serem comentadas, mas cabe ao subdiretor recusar se assim o entender. O subdiretor afirmou que já recusou anteriormente temas por não se tratar da sua área de especialização e dificilmente comentará assuntos que não domina. O direto é feito de segunda a sexta-feira a partir das 19h e intitula-se “Análise DN”.

Este conteúdo encaixa na convergência de meios, uma vez que se trata de uma parceria entre a RTP e um grupo económico, a Controliveste que detém o Diário de Notícias. O Jornal I também tem agora o mesmo espaço, algumas horas mais cedo, intitulado “IComentário”.

## **Dia 6**

A redação está um pouco vazia e isso nota-se também na área do online. Estão 3 redatores, por volta das 12h, e dois editores na mesa. Poderiam parecer, à primeira vista muitas pessoas, não fosse esta equipa ainda ter que produzir para as artes e para a área do internacional. No total, a equipa é composta por doze redatores que se dividem por três turnos: o primeiro prolonga-se das 8 da manhã às 16, logo seguido de um turno

mais próximo entre as 10h e as 18h. O último turno é o da noite, das 18h às duas da manhã, e há sempre alguém a assegurar este horário.

Além disso, esta equipa conta ainda com quatro editores: uma editora executiva do online, um editor para as artes, para o internacional e uma editora para o online.

Por aqui circula muita informação e muita responsabilidade também. Uma das editoras divide-se entre a redação dos textos para o site, a escolha das fotografias e as creditações de dois jornalistas para um evento no Estoril para a cobertura. Ainda consegue ter tempo de dar as indicações a um dos jornalistas do online para os temas que vai precisar de fechar. Este é um dos problemas deste núcleo: cobrem muitas áreas ao mesmo tempo que executam para o online.

À cabeceira da mesa está a editora executiva online. A presença da editora executiva para o online concentra-se mais nos temas que estão a ser preparados para o internacional e para as artes. O online ocupa pouco tempo da reunião e quase nenhuma da atenção de todos. É das poucas mulheres a ocupar cargos de editora, mas a sua voz faz-se ouvir. E as ideias também. Lamenta que as outras seções não contribuam mais, como era suposto, pois isso, por certo, daria outra margem não só de planificação do dia do online, como libertaria a secção para outro tipo de produção. No seu computador estão abertas várias janelas a acompanhar o que se passa no mundo e nos concorrentes aqui ao lado. Mantém a atenção na concorrência para saber se há alguma coisa que o Diário de Notícias não está a publicar.

A sua função é coordenar ao mesmo tempo que publica, verifica e redige as notícias que vão fluindo.

O acompanhamento do site é feito com dois programas: o netscope e o chartbeat, dois programas de leitura de tráfego de leitores do site. O netscope também é utilizado no Expresso, mas o chartbeat permite “uma leitura mais imediata e do momento, com a percentagem clara dos temas que estão a render” e os que estão a ter mais sucesso junto dos internautas. Uma das editoras diz que o ideal é ter os dois programas em uníssono, já que o netscope tem um historial de muitas falhas na contagem que depois acabam por se traduzir de forma negativa para alguns meios.

À medida que as notícias vão sendo publicadas uma das jornalistas vai dando mais profundidade ao conteúdo, tentando arranjar novos elementos de contextualização da informação inicial. Neste caso em particular, com o avanço dos nomes para os novos secretários de estado, que serão apresentados hoje, querem publicar, para cada um dos candidatos, informação mais detalhada sobre cada um, informação essa que foi fornecida pelo próprio governo.

Fazem também uma seleção fotográfica dos vários nomes que vão ser apresentados e a editora, como recurso de última hora, avisa uma das editoras de política que terá de “editar uma fotografia”. Em casos mais complicados recorrem à fotografia para fazer esse trabalho até porque diz “não sei trabalhar nesses programas mais complicados”. Quisemos então saber o que foi feito com a fotografia já que foi referido que foi “editada”, mas foi apenas um recurso ao “programa do paint para um retoque e corte simples”.

A editora executiva da redação assume um papel muito importante na dinâmica das reuniões matinais. É uma figura que estava ausente na nossa primeira semana de observação e que se revela de dia para dia como uma mais valia para o jornal.

Ocupa um dos lugares na mesa central da redação, mas atribui a esta disposição da sala “falta de comunicação entre pares pela acústica da sala”. No entanto, confessa que com as alterações da sala e as modificações nas ações do site e da equipa que o coordena melhorou muito comparativamente há alguns anos. As alterações, porém, “ainda não são suficientes e há lacunas por suprimir”, conta. O aproveitamento de sinergias não pode ser só porque é mais conveniente, pois o especialista numa determinada área pode ser essencial para o tratamento de um assunto que requer um especialista. Esta estratégia, refere, sinérgica deveria ser repensada e o fluxo de informação seria diferente.

## **Dia 8**

O núcleo do online, por exemplo, nota-se que é sempre mais interventivo na manifestação do que pensa e do que sente. Nota-se frustração por perceber que as pessoas não encaram o online “como algo sério”. E lembra que em “2012 houve um email que explicou como cada um devia colaborar com o site”. Nada do que foi determinado ou pelo menos muito pouco foi aplicado na prática.

Esta jornalista recorda que quando entrou no jornal ainda havia muita resistência e não são tantos anos quanto isso. Um jornalista que aos berros reclamava pela sua máquina de escrever e que se recusou até sair definitivamente do jornal em usar computador. Agora, esta fase que estamos a atravessar é “quase igual mas com outras ferramentas”. A integração é um processo, pode demorar anos até conseguir atingir um mínimo aceitável, mas até lá vai criando desânimo e atritos. A falta de meios humanos é outro ponto de discórdia. Muitos dos pontos do questionário que são motivos de mais profundo pensamento, são aqueles que se ligam diretamente à falta de meios. Por exemplo, concordam que a profissão se torna mais exigente com o recurso a uso de meio ou produtos multimédia, mas isso não seria assim que houvesse mais pessoas a trabalhar. Lembra a jornalista que há alguns “despediram 10 pessoas e nunca chegaram a repor. Como podemos trabalhar assim?”, questiona-me.

Um jornalista falou-me que pensava muito diferentes de muitos jornalistas da redação e que se via “como da velha guarda, pois nem facebook tenho”. Acredita no jornalismo e na informação de qualidade apesar de “discordar muitas vezes com as chefias e com o que lhe mandam fazer”.

Diz que, constrangimentos editoriais à parte tenta fazer aquilo em que acredita, sempre.

O desporto é sem dúvida das áreas que mais produz para o site. Têm entre si organizado um esquema rotinizado e percebem que vivem muito do site e da sua atualização. São uma equipa grande e conseguem, com o esforço de todos, fazer o desporto online resultar muito melhor que a maior parte dos diários generalistas. Além disso, são provavelmente os profissionais que mais usam a edição de fotografias de toda a redação à exceção dos fotógrafos, claro.

## **Sinais de convergências, redes sociais e produção multimédia**

### **Dia 1**

Durante o decorrer da reunião apenas a área de economia faz referência a uma eventual parceria com a agência financeira do grupo, Dinheiro Vivo, para a recolha de material para a economia.

Este fotógrafo faz parte da Global Imagem, grupo que trabalha a imagem fotográfica de todo o grupo e é ele o responsável também pela parte vídeo. Salvo raras exceções, é que se assiste ao próprio jornalista ser responsável por captar fotografia. Foi referido que isso já aconteceu, por a própria jornalista se encontrar no local e ter equipamento do seu jornal (pertencente ao grupo, mas não do Diário de Notícias).

Não há grande convergência territorial. As notícias são divididas de acordo com os editores adjuntos na redação: “não há na política editorial dar maior destaque aos clubes do Norte, por ser um jornal mais da capital”. No Porto apenas há um editor adjunto responsável pelo desporto do Diário de Notícias.

## **Dia 2**

Hoje foi decidido utilizar um correspondente da zona norte do País a favor da qualidade da notícia. Não só porque o jornalista tinha acesso direto à fonte, mas porque geograficamente se encontrava mais perto. Esta foi uma decisão do editor adjunto que na sua opinião “contribui para enriquecer a sua notícia e aumentou a qualidade do que se tivesse sido feita a partir de Lisboa”.

As sinergias por áreas nem sempre são possíveis. Não é muito comum os jornalistas transitarem de área para área. Cada um está distribuído por secção e em cada há uns que são especialistas em áreas diferentes. No entanto, não será espectável termos um jornalista da área de política escrever sobre sociedade. A única possibilidade disso acontecer é se for uma temática partilhada, ou seja, uma notícia, por exemplo, sobre a ADSE terá visões políticas, económicas e sociais. Aí poderemos ver, na redação, uma parceria de esforços para construir a notícia.

Onde é mais frequente assistir a sinergias de temas é no online. Com muita frequência teremos um jornalista a escrever para diferentes áreas e dando o devido enquadramento. Por ser um meio de rápida difusão e que exige uma visão mais generalista dos assuntos, o grau de sinergias entre os responsáveis do online é também maior.

## **Dia 3**

Quanto às redes sociais, o Diário de Notícias tem presença no Facebook. Aliás, tem presença em diversas áreas do Facebook, umas dedicadas a Música, Filmes, Curiosidades, Desporto e Política. Mas no que diz respeito à sua dinamização é

praticamente nula. Uma das editoras executivas comenta mesmo que “acho que grande parte dos restantes editores executivos nem sabem que isto existe (para a sua secção)”. Disseram-nos na equipa do Online que o Twitter não tem presença no jornal. Mas no site, de facto, aparece “siga-nos no twitter”. Teremos que averiguar o que se passa. A última atualização data de dezembro. Contudo, junto dos programas de publicação na equipa do online vimos que há a possibilidade de, ao mesmo tempo que publicam no site, fazer a publicação nas redes sociais, incluindo o Twitter, ou fazer a cópia do link como qualquer outra publicação. Contudo, a equipa do online dinamiza no facebook e faz especiais, quer no site, quer nas redes, se a temática é mais importante, planeando uma série de ações, como por exemplo, em caso de eleições. Mas no que respeita às restantes áreas é inexistente.

A título de exemplo, o evento político mediático do dia está a ocupar a atenção de toda a redação. Vários jornalistas foram destacados, principalmente os que estarão na hora do fecho, a acompanhar a emissão do evento, com início às 21h, através das televisões e das rádios. Vai efetivamente haver uma pessoa a acompanhar o que é dito nas redes sociais, em particular, nos canais mais ligados à política. O objetivo é depois, para a versão em papel, e se houver espaço para o online, compor um texto que aglutine estas opiniões do ciberespaço. No entanto, quando questionados se havia alguma estratégia para publicar no facebook do Diário de Notícias, a resposta foi negativa. Não há nada pensado nesse sentido.

À equipa de Marketing cabe gerir apenas a imagem das redes sociais e do produto do jornal. Até agora para não haver qualquer estratégia na publicação destes conteúdos.

Para o DN Mobile, apenas é tido em conta que as notícias de Manchete e da coluna direita apareçam nos sítios corretos para terem a certeza que quem lê através do telemóvel consegue ver os conteúdos de destaque. Por exemplo, se há um jogo de futebol, a manchete será para uma foto do jogo ou vídeo do golo, em parceria com a Sport Tv. Finalmente, a newsletter funciona através de regime de subscrição.

A integração é um processo e demorado. Tem que ser feito com uma certa serenidade e sem pressas de publicar em quantidade sacrificando a qualidade, diz um dos editores. Nesta redação a integração é insuficiente. Fez-se um grande investimento em termos de remodelação de espaço, de equipamento e de formação. Fez-se também durante muito tempo um investimento nos comentários da atualidade, mas também isso foi perdendo

alguma força. Mesmo assim, se houvesse mais jornalistas os conteúdos e a sua diversidade muito provavelmente aumentariam.

“A conjectura económica também não ajuda” reitera um dos editores de política. É notório que o país e o mundo atravessam uma situação difícil que acaba inevitavelmente por afetar as contratações e as despesas dos grandes grupos económicos. O investimento na publicidade do site mesmo assim é menos do que no papel e mesmo com toda a crise o jornal manteve as 56 páginas, sem sabermos ao certo o que isso implicou em esforço financeiro.

#### **Dia 4**

Foi abordado algo interessante na reunião de hoje. O responsável pela área de Media referiu que o Facebook Diário de Notícias dedicado aos Famosos e Media foi ontem pioneiro no lançamento de uma notícia e bateu recordes em partilhas e page views. Isto pareceu-me um dado bastante interessante depois de ter reparado que no dia anterior nada foi feito para a página oficial do Diário de Notícias. Seja por falta de jornalistas ou por falta de conhecimento ou até mesmo por ser um “meio menor”, não há aposta nas redes sociais.

Observou-se também, pelo que aconteceu na reunião, a dinâmica das redes sociais. Já nos tinha sido dito pelo online que o Diário de Notícias, no seu canal do Facebook, muitas vezes limitava-se a fazer a cópia do link da notícia. Mas ao observarmos o jornal em papel hoje, vimos um pequeno texto que dava atenção ao que tinha acontecido no dia anterior nas redes. Curiosamente, foi dada atenção ao que acontecia nas redes, mas não foi feito, efetivamente, um investimento por parte da equipa do online em dar destaque a este espaço. Fomos ver o que foi publicado no Facebook geral do DN e apenas continha “acompanhe minuto a minuto no site”. E nada mais. Não há personalização nem interação com os leitores ou internautas.

Curiosamente, a área responsável pelos Media faz esse trabalho de outra forma. Com um assunto insólito, ao publicarem um vídeo, devidamente identificado e com um texto atrativo, conseguiram um record de visualizações e de partilhas. Ao percorrermos a página percebemos que a página da revista Notícias TV foi mais longe do que o Facebook geral do DN e fez o que seria esperado para um jornal com presença nas redes sociais. Escreveram o seguinte texto: “José Sócrates está sentado na mesa onde, dentro

de minutos, vai começar a ser entrevistado por Paulo Ferreira e Vítor Gonçalves. Quem está a postos para ver a entrevista? O que esperam deste regresso? Vá, contem-nos tudo.”

Só com esta abordagem conseguiram chamar a atenção dos internautas, ao mesmo tempo que incitam à participação e interação com o facebook. Ao optar por esta abordagem conseguiram um maior envolvimento com o público e uma maior projeção nas redes. Este é o caminho a seguir. Destacar alguém que consiga fazer justiça ao poder das redes sociais.

Mas a verdade é que são as duas áreas que mais facilmente convergem nos temas. É com bastante frequência que assistimos “à partilha” do mesmo tempo por ambas seções e troca de dados. Nota-se que a agência Dinheiro Vivo é um importante alicerce destas reuniões e verte muita informação para o jornal em papel. No online, parece ter uma dinâmica muito própria e independente. Aliás, o seu funcionamento não é no mesmo piso que o da redação. Funcionam de forma separada com um elemento de ligação entre os dois pisos: um dos editores. Nota-se pelo à vontade que tem muitos anos de experiência e os contributos que traz à reunião são sempre aproveitados.

Às 19h em ponto deu-se início ao diretor para a RTP Informação com o habitual comentário político. Esta parceria, que ainda temos que investigar para saber ao certo como surgiu, vem de uma antiga colaboração do diretor com o canal da RTP. Ao que parece essa colaboração teve continuidade, mas agora dando voz, e também imagem, aos restantes subdiretores.

A verdade é que ainda não conseguimos avaliar bem este modelo. É convergência, sim. Junta jornal impresso com televisão. Mas tendo em conta que não fazem parte do mesmo grupo económico. A RTP não tem no seu grupo nenhum jornal, assim como a Controlinveste, detentora do Diário de Notícias também não tem nenhuma televisão. Poderemos falar em convergência económica? Quando questionado se, por exemplo, a TSF era usada como elemento convergente, o subdiretor explicou que todos os Domingos o diretor faz um comentário que é emitido na TSF e que um dos jornalistas da TSF é presença assídua no jornal com uma coluna.

O subdiretor advertiu também que a opção de investir mais no papel ou mais no online é uma questão editorial e que na verdade, o gratuito e a informação sempre disponível

minou o negócio dos jornais. Ele lembrou que o Diário de Notícias foi um dos primeiros jornais em Portugal a aderir ao online e disponibilizavam tudo e de forma gratuita. Hoje, “50% do papel está online o restante não pode estar” e que “é difícil de embater com o gratuito”. Afirmou ainda que é muito difícil fazer o caminho inverso e colocar o leitor a pagar por um conteúdo “que se habituou a aceder de forma gratuita”. Confessa que ele próprio quando visita sites internacionais de informação e se depara com uma informação paga “salta logo para outro meio de informação”. E acredita que é isso que acontece muitas vezes com o público do seu jornal.

## **Dia 5**

Mesmo quando há parcerias temáticas com o Dinheiro Vivo, que além de ter o site independente, um suplemento e é uma agência independente, mas que está no mesmo grupo do Diário de Notícias, é pedido que a notícia não seja divulgada no site antes da meia-noite. Há um compromisso muito maior com a agência. Afinal, produzem num esquema muito bem organizado, não só com o Diário de Notícias, mas também com os outros media do grupo, troca de parcerias que só acrescentam credibilidade e valor.

Já com a secção de Media por exemplo é um pouco diferente. O compromisso não é tão grande e funciona mais como um apêndice do jornal, apesar de estar localizada num piso diferente. Os seus conteúdos também não são propriamente fortes na informação de atualidade. Normalmente, como produzem conteúdos para a revista, o que é solicitado pelos elementos da direção são valores, retratos ou notícias que já algo feito sobre isso e cabe-lhes a eles organizarem e compor.

O diário de notícias tem a Global Imagens como parceira para este tipo de trabalho, portanto, não é necessário pedir ao jornalista. Trabalham com uma lógica de créditos por semana, até um máximo de 10 serviços por dia. Mas, caso seja necessário agendar um serviço de fotografia para a primeira página, não há esse limite. A 1ª página tem sempre prioridade. Caso não seja possível marcar esse serviço há sempre a possibilidade de compra à agência Lusa ou até mesmo à internacional Reuters.

## **Dia 6**

Mas, em nenhum momento, foi mencionado outras parcerias convergentes: redes móveis ou redes sociais; áudio, vídeo ou imagem; infografias ou publicação na web. Mais tarde foi explicado por um dos editores executivos que são eles que escolhem o

que “verter para o online” e fazem essa gestão ao longo do dia, em consonância com uma equipa que trabalha lado a lado. Na reunião nada disso é explorado ficando por isso essa decisão, na maioria das vezes, remetida ao editor executivo de cada área.

A decisão de conteúdos complementares à notícia é feita em agenda que transita do dia anterior, onde já se encontra previsto não só a deslocação do jornalista ao terreno, mas também do fotógrafo que o irá acompanhar.

O áudio é o parente pobre desta equação. Quase em circunstância alguma é utilizado o áudio, dando prevalência ao uso de vídeo na página, apesar do grupo ter uma rádio, a TSF. Mas, de acordo com um dos editores executivos, “nunca usamos o áudio. É muito raro mesmo”.

Há a gravação de vários programas de desporto. À segunda-feira, é gravado na redação “Os Palpites da Jornada”, com o comentário de uma personalidade sobre os jogos do campeonato – quando há campeonato.

No mesmo dia foram gravados “Palpites da Jornada”, um comentário do Bruno Pires sobre a eleição do Bruno Carvalho e mais um vídeo com o subdiretor Nuno Saraiva, que entrou em direto para a RTP Informação a partir do Diário de Notícias.

Pedimos autorização ao editor de Economia, que todas as manhãs faz o acompanhamento na redação dos principais temas económicos, apesar de estarmos a falar de duas redações separadas. O editor explicou-nos que “funcionam como uma redação independente apesar da articulação contínua com esta redação”. Na verdade, o Dinheiro Vivo atua em três áreas distintas: a parceria que desenvolve com o Diário de Notícias; uma equipa mais pequena, com sede no Porto, que trabalha mais com informação para o Jornal de Notícias; e ainda uma equipa ainda mais isolada que trabalha para o site.

Durante a reunião notou-se o cuidado em guardar a informação para este jornal, que iria verter da economia, para o Diário de Notícias dar primeiro e não o Jornal de Notícias. Apesar de fazerem parte do mesmo grupo económico, o fator redação encontra aqui o seu caminho de separação, pois apesar de estarem sobre a alçada do mesmo grupo, continuam a ser rivais, no papel e na web.

Eis aqui um ponto interessante: a publicação nas redes sociais, e estou-me a reportar ao Facebook e ao Twitter, é feito, segundo o jornalista, quase de forma automática e sem planeamento. São duas caixas junto à notícia que só precisam de um visto, nada mais. Se seguirmos o facebook do Diário percebemos que nem sequer há um texto que direcione o leitor para a notícia, há apenas a publicação do link da notícia. Também não há ninguém a tratar das redes, simplesmente os conteúdos são publicados por arrasto.

## **Dia 7**

Tentam marcar presença também nas redes sociais pois sabem que daí advêm outro tipo de leitores e o potencial de difusão viral tem um potencial maior. É habitual os conteúdos do site serem divulgados nas redes sociais, apesar de não terem nenhum gestor de redes ou de comunidades. O membro da direção afirma que “não é necessário uma vez que tanto ele como os editores que publicam nas redes sabem comunicar, independentemente da plataforma de saída”. Claramente não há nenhuma estratégia clara para as redes, o que indica um grande desconhecimento de como as redes sociais podem ter um peso substancial dentro de uma organização como esta. O mesmo processo é repetido para os dispositivos móveis. Apesar de terem presença através de aplicações para smartphones ou dispositivos móveis, não há nenhuma estratégia editorial na sua publicação pois neste momento não há meios humanos que o possam fazer, afirmando “não há capacidade para o Ipad”. O que se encontra ao aceder ao Dinheiro Vivo através destas plataformas não serão mais do que uma lista de feeds atualizada e sem planeamento em torno da plataforma de saída. Mesmo assim o elemento da direção “reconhece a importância na estrutura da comunicação”.

Fomos tentar perceber o modo de funcionamento da redação do Dinheiro Vivo, pela sua força dentro das reuniões e pelo seu peso na versão em papel do Diário de Notícias.

Esta agência tem uma vida muito própria e autónoma do diário generalista. É composto sensivelmente por 25 pessoas, distribuídas pelo Porto e Lisboa. Aqui em Lisboa situa-se no último piso, logo ao lado da Global Imagens. Faz parte do grupo Controlinveste, do qual faz parte também o Diário de Notícias, o Jornal de Notícias e a TSF.

Nascida há um ano e meio esta agência tem um potencial muito grande e trabalha em convergência com o jornal. Há uma clara integração da redação com a equipa do jornal e isso já era notório com a presença dos editores nas reuniões da manhã. Esta integração

de que falamos acaba por resultar num produto e numa oferta que é mais ou menos homogénea para todos os meios do mesmo grupo económico.

No caso da redação que trabalha no Porto, os três editores produzem “mais para a economia do Jornal de Notícias”, refere um dos membros da direção. Já os restantes quatro jornalistas operam mais em notícias e conteúdos para todo o grupo. O resultado acaba por ser uma oferta próxima “de uma realidade mais local”, o que em tudo se equipara à filosofia do jornal do norte.

Há ainda uma equipa, não separada dos restantes mas integrada, que produz também os conteúdos para o site. Vive para o digital, pois o site do Dinheiro Vivo é pensado e realizado para a atualidade, mas não deixa de produzir para o suplemento em papel que sai todas as sextas-feiras com o Diário de Notícias. Mas a ideia principal com que fiquei é que esta equipa é uma Marca. Um grupo de jornalistas que trabalham para uma marca muito forte, apesar de recente, e que são produtores de conteúdos.

O membro da direção define a filosofia do Dinheiro Vivo como uma “unidade editorial da marca”, pois a preocupação é na verdade o preenchimento do site com as notícias económicas do dia e com produtos competitivos no mercado financeiro. Verifiquei que se trata de um site que vive primeiro para a atualização do site e só depois tem a preocupação com o papel. Aliás a condição e a prioridade é o site e afirma o membro da direção que “não guardamos notícias para o papel”, salvo muito raras exceções, pois isso não é a prioridade da marca que tem a sua sustentabilidade na plataforma web.

Não querem competir com a informação exclusivamente económica, como o Jornal de Negócios ou o Diário Económico, pois estes jornais já têm uma tradição de jornalismo económico difícil de equiparar. O Dinheiro Vivo identifica-se mais como “unidade de produção de conteúdos” do que com jornal económico.

O objetivo do Dinheiro Vivo também é “procurar públicos novos” pois identificam que há certos nichos de mercado ainda por explorar e Target muito específicos que não só procuram informação económica. E os leitores já sabem identificar que “seguem uma marca, recebem determinados conteúdos e isso é muito positivo”.

Ao juntar o Dinheiro Vivo no mesmo grupo económico e ao permitir estas convergências dentro dele, afirma o membro da direção, corriam sempre o risco de descaraterização dos meios de comunicação, mas na verdade a junção destas equipas

permitiu “um racionamento na distribuição das pessoas” em vez da concentração apenas num local.

O meio que mais ganhou com esta nova distribuição foi o Jornal de Notícias, refere um dos editores, pois antes desta remodelação tinham uma “área fraca na economia e com estas mexidas ganharam outro fôlego”. Concorde também que, no início destas transformações, tinham de fato a redação muito mais bem distribuída por áreas de economia (macroeconomia, empresas, bolsa, etc.) e a distribuição de trabalho fluía com maior naturalidade.

Atualmente a redação tem sofrido alguns cortes e por vezes, diz o editor, “torna-se difícil dar um contributo maior para o Diário de Notícias. Não é má vontade, mas simplesmente não temos pessoas suficientes”. Se o que antes se registava era uma maior fluidez na organização do trabalho, hoje em dia é um esforço gigantesco lidar com as reduções de pessoal ao mesmo tempo de doenças ou baixas de pessoal.

O editor de economia transitou da redação do Diário de Notícias para o Dinheiro Vivo. No fundo, optou-se por segmentar num só local uma equipa que trabalha conteúdos económicos, nas suas várias vertentes, capacitando-as ao mesmo tempo de partilhar e/ou produzir para os restantes meios de comunicação do mesmo grupo. É ele que faz a ligação da agência e do Diário de Notícias todas as manhãs na reunião do jornal e no final do dia, com o fecho do jornal.

O seu dia, conta, “tem muitas reuniões e muita burocracia”, tanta que às vezes parece que é só isso que faz. Mas isso não é verdade. Os editores depois de participarem na reunião da manhã com o jornal diário, é tempo de fazer a distribuição de serviço por todas as seções.

Normalmente, como a área de economia fica encarregue de pelo menos uma das páginas de atual, os editores fazem uma reunião para decidir como vão abordar esse eixo do jornal. Este editor confessa “não ter a preocupação com o site, isso deixo para os mais novos”. Está habituado ao jornal e diz que a idade já não lhe permite que mude de atitude. Por isso, raramente pensa na convergência de conteúdos a não ser quando se trate da infografia. Aí revela que é de fato importante articular essa informação visual e é recorrente elaborar ou reunir os dados para compor a infografia. A parte técnica é da responsabilidade dos infográficos.

Segue-se a escolha de fotografias, em articulação com a marca Global Imagens ou recorrendo a fotografias de arquivo. Até aqui o processo é sempre burocrático e difícil de agilizar. A paginação, que é elaborada na redação do diário de notícias muitas vezes atrasa todo o processo, pois os editores têm que esperar pela composição gráfica para começarem a paginar. Apesar de tudo, enquanto esperam pela composição da página, vão começando a elaborar o texto em word, mas é só com a página pronta que conseguem ter a verdadeira dimensão da sua notícia. Depois dos textos prontos, passa para a edição de textos e algumas vezes leva à revisão e reescrita dos textos.

Dá uma ajuda também no fecho do suplemento do Dinheiro Vivo embora admita que não seja a sua prioridade. Mas, pela falta de recursos é frequente isso acontecer.

## **Dia 9**

O dia de hoje é particularmente difícil para a economia. Em dia de conselho de ministros e com a edição do jornal virada para esse assunto a ligação à economia é saudável bem como inevitável. É nestes dias, e principalmente com o cenário de crise mundial, que a política e a economia frequentemente andam de mãos dadas e é natural uma parceria estreita entre áreas. Até aqui nada de novo, não fosse terem apenas uma pessoa que vai fazer a cobertura para o Diário e para o Jornal de Notícias, ao mesmo tempo que produz para o site do Dinheiro Vivo. O editor confessa que “é uma pessoa com a capacidade de se multiplicar”. A sua dificuldade vai ser a articulação com a direção de cada meio de comunicação para perceber que tipo de abordagem pretendem de um mesmo assunto. A tendência, por exemplo, do Jornal de Notícias é sempre uma aposta em produtos (noticiosos) mais regionais e são muito claros no que pretendem. Caberá aos editores “negociar” com a direção de cada órgão uma abordagem menos agressiva e mais pacífica, e mesmo assim diferente, para que possa ser aproveitada também por cada meio de forma distinta e evitar uma homogeneização do conteúdo.

De facto, a criação deste núcleo permitiu, segundo o editor, uma maior racionalização, mas com a falta de meios isso “traduz-se em dispersão e às vezes no sacrifício da própria qualidade do produto final”.

A redação está dividida por ilhas. Ao fundo um pequeno gabinete com quadros de lousa a ocuparem uma parede inteira dão os destaques a seguir para esse dia. O gabinete dos

membros da direção é distinto pois tem imprimido nos seus vidros, quase que ocultando o que se passa lá dentro, a imagem do Dinheiro Vivo nas cores preto e amarelo.

Depois o resto do espaço está dividido por ilhas: a primeira é a responsável pelas empresas e secretariado; ao lado a ilha que se ocupa dos temas da banca e dos mercados financeiros. Em frente a mesa dos editores e logo atrás a da área da macro economia. Finalmente, a última ilha é a reservada à infografia e à edição de vídeo.

O próprio site, que na sua opinião é algo menor do jornal, “acho que é uma replicação do que acontece no jornal” e acaba por colaborar num sistema de rotatividade na sua secção. Diz que não produz muito para o site e não se preocupa muito com isso. Claramente não há qualquer identificação à plataforma virtual do jornal.

No desporto O jornalista percebe que o reconhecimento do profissional pode ser imenso com as políticas convergentes em vigor, mas só se isso não se traduzir numa mera imagem de produtor de conteúdos. Pode até ser uma excelente oportunidade para difundir mais o seu trabalho e conseguir que os seus conteúdos sejam valorizados por isso.

Acredita também que a convergência pode ser muito boa para o jornal e que “as novas gerações já virão com outro tipo de olhar sobre isto”. No entanto, alerta que a convergência pode resultar se for feita por pelo menos mais do que uma pessoa. Se só um escreve, grava, capta som e fotografa alguma coisa será sacrificada e isso reverterá, muito provavelmente, para a qualidade da notícia.

Este jornalista é o primeiro a admitir que segue as notícias que elabora para contrastar informação e verificar se “eventualmente nos comentários não haverá algo que possa ser aproveitado, até para nos corrigir”. Utiliza muito o email para contato com fontes e o facebook tem-se revelado uma ferramenta muito importante até para entrevistas. Conta que “as pessoas parecem estar mais disponíveis no facebook”.

Apesar de ter grande assiduidade na produção de conteúdos para o site, não hesitou em afirmar que “a qualidade do digital é sem dúvida menor que o impresso.” A explicação assenta na profundidade que é reservada ao papel e ao imediatismo que o site obrigada.

Vê que as parcerias dos grupos económicos são difíceis de avaliar. É a pergunta que lhe causa mais dificuldade. Se por um lado vê que é positivo criar sinergias dentro do grupo económico, por outro acha que a concentração reduz e muito “a reflexão do jornalista e afeta a sua credibilidade e imagem”. Na teoria, devia funcionar de outra maneira, mas considera que na prática isso não acontece.

E acrescenta que “achava no início que estas parcerias trariam maior protagonismo para o jornalista, pois vê o seu nome não numa mas em várias plataformas”. Com o acesso em exclusivo apenas ao e-paper, acredita que o reconhecimento do jornalista decresce substancialmente e que acaba por não ganhar nada dessa parceria. Se tiver tempo para colaborar com outros meios e for pago por isso, tanto melhor.

Estas parcerias do grupo económico também suscita algumas preocupações com outros jornalistas que falamos. Este em concreto é um colaborador, dos mais novos da redação, e provavelmente dos mais precários também. Entre uma discussão revela, irritado, que não está para se preocupar com “coisas de editores pois trabalho a recibos verdes”. Está frustrado, não só a com a sua situação atual, mas com a quantidade de trabalho que tem pela frente. Não consegue atribuir uma média de notícias para o site, mas não se mostra muito disposto a fazê-lo.

Ao abordarmos a questão da produção dentro do mesmo grupo económico diz que na teoria devia funcionar, “mas as pessoas não facilitam esse processo. As pessoas não estão preparadas para isto e com estas pessoas (apontando para toda a redação) não funciona mesmo”. Acredita que o grupo tira muitos mais benefícios da colaboração inter-grupo do que o jornalista, a não ser que já goze de uma grande notoriedade e possa utilizar essa sinergia para aumentar o seu reconhecimento profissional. Mas são cada vez menos esses casos.

## **Dia 10**

Algo que causa alguma discussão é a questão da convergência económica. O lado do jornalista nem sempre é tido em conta e é frequente estes jornalistas falarem na gestão de recursos, por parte da empresa, para o aproveitamento de conteúdos. As políticas convergentes dentro do grupo económico causam fricções. Conta uma das jornalistas que sempre que lhe pedem colaborações pagam à parte. Mas a divisão que o jornalista muitas vezes tem que fazer e a gestão do seu próprio trabalho causa alguma divisão nas

chefias. Nem sempre são bem aceites estas colaborações, mas “não é por causa disso que vou deixar de fazer”.

Mas uma das jornalistas que falamos hoje é nitidamente a favor de uma maior presença na redação e considera que “se consegue fazer coisas fantásticas só a partir da redação, fazendo o acompanhamento do que se passa nos principais sites”. Apoia-se na informação de agências que diz ser “de muita qualidade” e se é verdade que muitas vezes aproveita os posts da Lusa para praticamente colar no Diário de Notícias, também na mesma medida utiliza o que verte das agências internacionais e liga “à própria experiência pessoal”.

Admite, porém, que antes tinha muito mais tempo para tudo. Mesmo para o jornal impresso hoje são exigidos outros ritmos de trabalho que não havia. A sua área refere “é internacional mas mais centrada na América Latina. Antes conseguia ter tempo para investigar e fazer um acompanhamento muito próximo do que ia acontecendo no mundo.”. Hoje é tudo muito mais disperso, muito em cima da hora, o que obriga a uma maior atenção de tudo o que está a acontecer. Reconhece, neste ponto, a vantagem de trabalhar numa redação integrada já que não é possível estar a acompanhar tudo, sempre, “temos sempre a ajuda de quem faz o mesmo que nós. A hipótese de nos falhar alguma coisa é sempre menor”.

## **Dia 11**

Há uma jornalista que refere usar as redes sociais, mais concretamente o Twitter, como fonte de informação. Recentemente com o atentado de Boston, foi não só através do Twitter que muitas informações foram veiculadas, como serviu para o acompanhamento de vários organismos que estiveram “por dentro da ação”, como os chefes de polícias, departamentos locais, etc. Além disso, confessa ter uma dinâmica maior no online do que no papel pois têm exigências muito diferentes. Como ela são poucos os profissionais que fazem o mesmo.

Uma nota para as colaborações com a televisão. Ao aplicar o questionário a um dos membros da direção quisemos saber como integraria a colaboração que semanalmente faz com a RTP Informação. Afirmou não dever incluir como parte do questionário uma vez que esta sinergia “é mais proveitosa para um lado do que para o outro. Ou seja, o

canal de televisão ganha um comentador, mas o Diário de Notícias não retira nenhuma vantagem disso”.

Quanto a outro tipo de colaborações são raras no seio da redação, notando-se uma maior incidência nas revistas do grupo, do que propriamente nos meios concorrentes. Um dos jornalistas de desporto contou-nos que em tempos era comum sair com os jornalistas do jornal O Jogo e era “muito positivo pois fazia coisas que normalmente não tenho hipótese de fazer”. Mas isso acabou e agora são cada vez mais raras essas parcerias.

Quanto à formação, o editor [sociedade] relembra que foi dada quando a redação assumiu o lema Multimédia e mudou a configuração da sala, para o que hoje existe. No centro, as mesas estão equipadas para editar vídeo e foi dada formação nesse sentido. No entanto, não se lembra de outras ações que tenham decorrido nesse sentido, além do período que os estagiários desenvolvem no seio do jornal.

Apesar de todos terem recebido essa formação e dos editores terem que assumir o seu lugar nessa mesa, raramente usa esse lugar por uma questão de hábito e comodidade. Parece não querer largar velhos hábitos e o seu trabalho é sempre desenvolvido na secretária mais próxima da mesa oval.

No que respeita à inserção de vídeo diz que raramente o usa a não ser que a notícia seja o vídeo. O mais comum é mesmo o uso da fotografia e da infografia, ainda que no caso desta última normalmente é usada no online e no papel e divulgada imediatamente antes do lançamento da versão em papel.

Mesmo assim confirma que pode muito bem ser o jornalista a fazer a captação desse vídeo. A aposta é num jornalista polivalente e por isso já aconteceu a situação de ser o jornalista a fazer essa captação. Muito embora o mais habitual seja a utilização do fotógrafo.

No que respeita aos conteúdos convergentes, as indicações iniciais seriam para a produção de um vídeo por dia para o seu alojamento no site. Mas isso também não acontece. São cada vez mais raros os trabalhos audiovisuais, mas “vão-se fazendo”. Os jornalistas do online tiveram alguma formação nesta área, mas nem todos sabem editar, pois a administração fez alguns cortes na formação dos seus profissionais.

Outros jornalistas durante o nosso inquérito revelaram preocupações díspares sobre as colaborações dentro do grupo económico. Se por um lado há os que defendem estas parcerias como algo positivo para os jornalistas, pois é uma oportunidade de ver o seu nome em diferentes meios e plataformas, há os que acreditam que as sinergias, como são geridas muitas vezes, tornam-se prejudiciais para o jornalista e para a própria qualidade dos conteúdos. Principalmente porque esta lógica é encarada como uma mera gestão de recursos e não propriamente de valorização da classe. Há uma jornalista que afirma que é diferente colaborar, por exemplo, com uma das revistas, que são identitárias e são simultaneamente publicadas em dois órgãos diferentes, mas não alteram a sua identidade principal.

Um dos riscos que é muitas vezes apontado e um dos maiores receios também é que a lógica de convergência do mesmo grupo económico contribua acima de tudo para uma maior homogeneização e uma perda substancial de diferenciação entre uns e outros.

Apesar da perda de identidade estar iminente nestas parcerias, julgam porém que não há risco na atenção que o público dá às mesma notícias do mesmo grupo, pois “quem lê o Jornal de Notícias provavelmente não vai ler o Diário de Notícias”. E no online, não? Até pela proximidade no topo das páginas a tendência para visitar o que os outros estão a fazer pode ser grande.

#### **Dia 14**

Durante a aplicação dos questionários percebemos parte da resistência à integração ao site por parte de alguns jornalistas. Duas jovens jornalistas, curiosamente da mesma área, dizem que “isso das tecnologias não é para mim”. Resistem a publicar para o site e são desencorajadoras ao pensar em conteúdos convergentes ou multimédia, pois simplesmente não dão importância a isso. Uma delas disse que quando colabora “só faz o texto” e a outra, ao questionar em qual dos perfis se revia mais (multimédia, multiárea ou multiplataforma) disse “não se rever em nenhum. Trabalho para o jornal”. Continuam em certos segmentos da redação a não encarar o jornal como um todo e o online como um mal menor.

Uma jornalista em particular é a expressão mais visível do retrato de polivalência de uma redação, mas de um ponto de vista negativo. Integrada no núcleo do online, isso significa que tem de produzir para o jornal impresso, produzir para o site, nas áreas de

internacional e artes e ainda é responsável por produzir um segmento semanal intitulado sala de ensaio.

Este segmento audiovisual é partilhado com um colega de redação, mas feito de raiz: ou seja, captam, editam e publicam.

Diz que “nas outras rubricas há maior rotatividade mas aqui somos só nós os dois”. São tantas atividades em paralelo que admite “às vezes nem me consigo concentrar pois já estou a pensar nas milhares de coisas que tenho que fazer a seguir”.

Uma outra jornalista Diz que a formação que deram apenas a “um nicho de pessoas devia ter sido estendido a muito mais pessoas. Com tão poucos recursos, alguma coisa fica pelo caminho”. E apesar de insistirem que cada área deve contribuir com os conteúdos para o site “fazem durante uma semana e depois deixam de o fazer”. E tudo isto confirma mais ou menos o espírito que se vai presenciando e uma divisão entre os que estão habituados e querem ficar “presos” ao jornal impresso e os que estão aptos a moverem-se na linguagem multimédia, querem aprender e querem acreditam que este é o caminho futuro dos jornais.

É também baixa a percentagem de jornalistas que trabalha fora da sua área, à exceção dos jornalistas do online que, quando uma das áreas falha na colaboração para o site, têm que preencher essas lacunas por força de não terem nada que incluir no site ou perderem a atualização. A convergência temática é cada vez mais diminuta à medida que se avança na aplicação dos questionários e que se percebe, de forma cada vez mais notória, uma divisão numa redação integrada.

Para o site foi preparado um vídeo. Quem dá a imagem e a voz é um dos membros da direção que faz um trabalho de recuperação histórica sobre o 25 de Abril. O vídeo foi gravado na zona de comentários do Diário de Notícias e editado com algumas imagens da revolução. Ao mesmo tempo ouvia-se as músicas que marcaram a época.

O Público fez uma peça diferente, recorrendo a um trabalho mais denso e exaustivo tentando perceber, junto de estudantes do 9º ano, se reconheciam os símbolos do feriado que hoje se assinala.

Em questões “a lógica da convergência de meios afeta a qualidade da notícia”, causa alguma confusão. Esta redação não está habituada a pensar de forma convergente nem a

pensar em conteúdos complementares à notícia e isso nota-se principalmente quando nos debruçamos sobre as questões da convergência.

Ouvimos também um dos membros da direção dizer para os elementos do site que “afinal vai haver animação multimédia”. O nosso entusiasmo foi curto quando percebemos que vai ser feito em power point. Não há um investimento nesta área e os infográficos que trabalham na redação não estão aptos a trabalhar com isto. Curioso, que o Dinheiro Vivo sim, aposta claramente neste aspeto. Uma só pessoa, que é pouco é certo, mas produz gráficos animados para o site dignos do Diário de Notícias poder aproveitar e criar aqui uma espécie de sinergia.

Outra questão prende-se com os conteúdos convergentes. Muitas das notícias da Lusa vêm acompanhadas com a indicação de áudio ou de vídeo. Mas, quando questionamos os editores se estes elementos são aproveitados, disseram-me que não, “muito raramente é utilizado”, tanto o áudio como o vídeo. Lembra que em tempo tentaram apostar na produção própria, mas simplesmente não há pessoas suficientes para fazer tanta coisa.

A convergência dos conteúdos económicos e do site do Diário de Notícias reúne uma muito boa dose de bom senso e articulação com a direção. Raramente produz conteúdos para o site e este por sua vez utiliza mais links da informação económica do que informação que é aproveitada em exclusivo. Ainda ontem assistimos por parte da editora executiva online o acompanhamento e depois o redirecionamento do link de uma notícia do Dinheiro Vivo. Uma sinergia, um aproveitamento ou a convergência de conteúdo? O diário generalista tem na sua versão digital conteúdos fechados, e alguns de cariz económico. Daí que quando isso acontece, o Dinheiro Vivo coloca o link de redirecionamento para o site do Diário de Notícias para evitar conflitos de interesse. Caso contrário, o leitor teria uma dualidade de publicações em que numa é exigido a assinatura e no outro, pela sua natureza mais aberta, teria os conteúdos inteiramente disponíveis.

Afirma também que a publicação de notícias e o fluxo de conteúdos são diferentes porque falamos essencialmente de “públicos diferentes”. Enquanto que o Jornal de Notícias tem um Target mais transversal em idades e classe económica, o Diário de Notícias, afirma o membro da direção, é menos transversal ainda. Ora o Dinheiro Vivo tem um público bem mais jovem, que flutua entre os “25 e os 40 anos” e que simultaneamente se interessa por áreas paralelas à comunicação, como o marketing ou a

publicidade. Além disso, muitas das notícias são ligadas à área empresarial pois rematam o público alvo desta agência.

Com tantos públicos diferentes, dentro do mesmo grupo económico, torna-se por vezes confuso gerir os ângulos das notícias e as abordagens diferentes e diferenciadas que cada órgão exige para a sua política editorial, diz um dos editores. Tanta diferença acarreta divergências de conteúdo, que nos parecem positivos pois tornas os meios de comunicação diferenciados entre si, mas por outro lado não há o investimento em pessoal suficiente para produzir tanta informação distinta.

Algo muito interessante do ponto de vista de aposta em conteúdos convergentes é que a redação do Dinheiro Vivo tem uma pessoa para produzir pequenas peças de vídeo para o site. É com alguma frequência que isto acontece, “às vezes duas outras três vezes por semana”. Este técnico audiovisual tem uma larga experiência na edição de vídeo e na produção de conteúdos multimédia, com a junção de vídeo e animação.

Acompanha muitas vezes o jornalista para fazer a captação de imagem e faz depois a sua edição. Tentam produzir conteúdos vídeo que não necessitem de voz off, montando a estrutura com planos de corte de forma a evitar a elaboração e posteriormente a gravação e tratamento do som.

Confessa o técnico que “hoje em dia conseguem-se fazer coisas bem interessantes só usando planos de corte e uma música ritmada”.

O vídeo é feito com qualidade e produzido como um produto complementar que desperte a atenção do público. Edita em Final Cut e já tem um olhar experiente sobre este tipo de conteúdo.

Entre outras coisas também faz muitos vídeos a partir de campanhas publicitárias, de entrevistas ou de conferências de imprensa que os jornalistas do Dinheiro Vivo vão agendando.

Um outro segmento que costuma gravar é uma entrevista, intitulada “Tudo é economia”. Um programa que é conduzido por elementos da direção do Dinheiro Vivo a personalidades segundo o site da TSF “os protagonistas das empresas e da vida económica do país estão na antena da TSF e nas páginas do Dinheiro Vivo para falar sobre os grandes negócios, a criação de emprego, o crescimento da economia e geração

de riqueza”. Este segmento é filmado e depois editado para um trecho vídeo com as principais perguntas e respostas com cerca de 5 minutos de duração. Além disso, fica também disponível no site da agência financeira e no suplemento em papel que sai no Diário e no Jornal de Notícias. O som é retirado à gravação e transmitido na íntegra na antena da TSF.

Há um outro trabalho que deveria ter a periodicidade diária, mas que “nem sempre é possível às vezes por falta de recursos, outras porque não há tempo”. Intitula-se “Ponto Final” e é uma espécie de comentários de um dos redatores da agência Dinheiro Vivo que faz o ponto de situação, durante dois ou três minutos, sobre um assunto da atualidade.

Há uma responsável que se dedica exclusivamente à infografia. Diz a responsável que “há uma aposta muito clara na animação gráfica e na informação mais visual”. As temáticas económicas, na verdade, são extremamente propícias a serem tratadas visualmente, como forma de facilitar a leitura de alguma informação.

No site podemos encontrar um separador que diz “gráficos” e aí podemos encontrar uma grande variedade de trabalhos realizados para o Dinheiro Vivo. Esta secção goza de autonomia em relação ao Diário de Notícias. Aliás, esta é uma área muito pobre no jornal, particularmente no site. Não há ainda vida infográfica na plataforma virtual, muito embora na versão em papel tenha um peso considerável.

Na agência é um pouco diferente. Há uma aposta no grafismo para o site e no grafismo animado, enquanto que para o suplemento em papel a “produção seja diminuta e não seja realizada com muita frequência”, refere. No site, pelo contrário, é com frequência que os jornalistas usam a infografia “como complemento ao seu trabalho”.

Dividem-se na construção da infografia: às vezes os jornalistas encarregam-se de reunir os dados para construir a infografia; Em algumas ocasiões os pedidos flutuam da própria direção “por saberem o que se vai falar no dia”; outras tantas vezes pedem à infográfica para fazer esse trabalho; e, ainda que com menos frequência, ela sugere abordagens gráficas para alguns temas.

Habituada a trabalhar a informação de forma visual, tem uma grande perceção do que pode funcionar melhor e do que pode ser facilitador na leitura de determinados dados. Os trabalhos infográficos podem ser mais estáticos ou animados: em ambos os casos

utiliza sempre o programa Illustrator para construir as bases e depois com o Flash para dar uma animação ou criar botões se for necessário.

A sinergia com o Diário de Notícias é rara e encara as duas redações, no que diz respeito à infografia, como “algo que está separado além da redação”. A possível sinergia que por vezes acontece é pedirem, para o jornal em papel, a base de uma infografia que a técnica produziu para ser adaptada e moldada para a publicação. Ainda assim explica que por vezes é mais um trabalho de “maquilhagem” do trabalho original pois não acrescentam muito mais informação do que aquela que ela já produziu originalmente.

## **Apêndice 3**

### **Jornal de Notícias: um jornal do Norte**

#### **Dia 1**

A chegada à redação do Jornal de Notícias é típica de cidade do Porto. É como as suas gentes: calorosos, francos e colocam-nos imediatamente à vontade. Situada no 2º piso do imponente e característico edifício da rua Gonçalo Cristóvão, na cidade do Porto, a entrada lembra um jornal com história, um jornal da cidade invicta com o qual os leitores se identificam. O Jornal comemora este ano 125 anos de existência e há muitos conteúdos a serem preparados para esta data. Mesmo assim a disponibilidade para falar com a investigadora parece ser sempre imensa, mais do que poderia imaginar.

#### **Organização do espaço: modelo integrado, modelo convergente e modelo Open-Space e Equipamento**

#### **Dia 1**

A redação recentemente assumiu, com todas as suas particularidades, um modelo integrado. À semelhança do que acontece no Diário de Notícias, a redação tem uma mesa central onde se sentam os editores executivos e alguns diretores. No meio dessa mesa, conseguimos ver as televisões ligadas nos canais de informação. Mas uma das claras vantagens desta organização é que ao contrário do Diário de Notícias, aqui há a maximização do espaço. Tudo flui de melhor maneira porque de facto há espaço para circular livremente por toda a redação. Dispostas de forma horizontal estão as mesas de cada secção e no seu topo estão os editores que vão dando as orientações para a sua respetiva equipa de trabalho.

Ao fundo um espaço totalmente novo que em breve inaugurará um canal na web. Será um marco para um jornal com tanta história. Temos um plateau com uma mesa central, vários tipos de cadeiras – umas mais formais, outras mais descontraídas – e vários cenários possíveis. A cortina em preto oculta as possibilidades em “croma”. No canto no palco, uma régie totalmente equipada com mesa de som, luzes, edição e espaço para gravação de voz off. Além disso, em cima da mesa contam-se as câmaras prontas a serem utilizadas. O espaço do jornal permitiu esta organização e um pouco por toda a sala encontramos os jornalistas nos seus postos de trabalho sem se atrapalharem uns aos outros.

Há uma queixa dos jornalistas: em relação ao equipamento. A tecnologia às vezes causa alguns condicionalismos técnicos. E vimos isso acontecer em plena edição. Ao publicar um conteúdo – que resultou em erro – demorou muito tempo, exclusivamente por falha técnica – a ser resolvido. Os computadores não são os mais recentes, nem os mais rápidos para o tipo de trabalho que muitas vezes têm que executar.

### **Dia 5**

O plateau fica ao fundo da sala com vista para a cidade do Porto. A cortina só é corrida, e transforma todo o palco num negro profundo, na altura de gravar. Fora isso, a luz entra pela redação e não deixa esconder os menos concentrados. Em cima, vemos muitos aparelhos de iluminação, mesas para pivots, tripés, cadeiras para convidados e o sinal “desligar telemóveis”. O cenário é modificado e ajustado às necessidades de gravação e no fim voltam a abrir a cortina e a deixar a luz entrar.

Ao lado do palco, está o estúdio de gravação e de edição que ocupa muito tempo a grande parte dos jornalistas que se envolvem mais com a área de vídeo. Três grandes computadores, mesas de mistura e muito equipamento de terreno compõem esta sala.

### **Dia 10**

Avizinham-se novas mexidas na redação. Em conversa que não importa reproduzir até vermos que se concretizou, a mesa central irá sofrer algumas alterações pois o seu funcionamento está a necessitar de alguns ajustes. Antes de tudo, porque a estrutura por si não valerá de muito se olharmos para a estrutura como algo físico, que se limita a agrupar pessoas ao centro da sala mas que não tem grande utilidade.

Agora se olharmos para a estrutura como um canal de comunicação que permite um melhor funcionamento de todos os que se envolvem, de dentro para fora e de fora para dentro, teria de certeza outras repercussões. Ouvimos em conversa que na realidade algumas das pessoas que se sentam nesta mesa não a “pensam nas suas vantagens e não pensam no seu funcionamento”, é o mesmo que ter um diretor que se senta à mesa e guarda tudo para si e não faz circular essa informação pela mesa central ou pelo resto da redação.

Parece que falham os objetivos principais pensados para esta estrutura. Talvez os lugares não estejam a ser ocupados pelas pessoas certas. Fala-se em criar um posto

móvel nesta estrutura onde qualquer um se poderá sentar lá e em retirar elementos que lá se sentam que não fazem com que a estrutura funcione em pleno para que sejam substituídos por outros que consigam dar um novo fluxo à mesa.

Só assim teríamos um modelo que funcionaria com objetivos concretos em vez de cumprir calendário de integração que não ocorre na mente dos próprios jornalistas.

Quando a mesa surgiu a ideia seria ser o elemento de ligação com as seções e facilitar o processo de decisão para e com as seções. Hoje percebe-se que muitas vezes não acontece. E não basta estar sentado na mesa para fazer com que isso aconteça.

Os lugares reservados aos diretores também parecem prestes a desaparecer, até porque raramente são ocupados à exceção do Alfredo Leite. O diretor adjunto nega que isto aconteça, mas na verdade quando o questionamos sobre isto, não nos referíamos ao “estar sentado na mesa”, mas sim “estar ligado à mesa”, pois até quando ele está no seu gabinete não deixa de comunicar com a mesa central.

## **A redação e as rotinas: reuniões, agenda e fecho**

### **Dia 1**

Fui apresentada a toda a redação presente na reunião da manhã. Tem início por volta das 11 horas da manhã mas o diretor que acompanhamos diz que “nunca começa antes das 11h30”. Não tem pressa de discutir todos os assuntos pois sabe que o dia ainda agora. Faz por dar palavra a todas as seções presentes, embora as segundas e terças-feiras sejam dias com menos jornalistas que estiveram a trabalhar durante o fim-de-semana. Há também editores que partilham secções com a redação de Lisboa, especificamente, Sociedade e Política.

Hoje não estiveram presentes, precisamente por culpa desse esquema rotativo de folgas. Mas algo que é surpreendente por até aqui não termos presenciado nada assim é que o Jornal de Notícias faz uma reunião no dia anterior ao final da tarde em que os editores já apontam os temas que muito provavelmente vão avançar no dia seguinte. Há uma franca preparação, mesmo perante a ausência de alguns elementos editores. Essa informação é depois passada ao diretor de abertura do dia seguinte precisamente para “preencher” a reunião com as temáticas que transitam do dia anterior.

Um outro aspeto também bastante diferente é que há uma pessoa responsável pela agenda e pela leitura dos restantes diários “à caça de algo que o Jornal de Notícias não tenha dado”. Ele dá os contributos à reunião, tudo aquilo que os outros ainda não viram ou eventualmente algum dado de alguma notícia que tenha escapado ao jornal. É um elemento muito importante também por verificar o que se passa na web logo desde manhã cedo e traz para a reunião esses mesmos contributos.

No final da reunião o diretor diz que “perante os temas que foram apresentados ainda não tem uma clara manchete e que terá que passar essa informação aos outros elementos da direção”. Mas não está preocupado pois sabe que a foto de capa provavelmente estará assegurada pelos dois grandes assuntos do dia, pelo menos para a cidade do Porto: a morte do jovem no queimódromo ou o cortejo da queima das fitas.

## **Dia 2**

À semelhança do que acontece nos outros diários as reuniões têm sempre dinâmicas diferentes consoante quem as dirige. A reunião de hoje foi dirigida por uma das editoras executivas adjuntas. Foi uma reunião rápida, quase indolor, com poucos contributos da parte dos editores e nenhuma referência ao planeamento online à exceção do editor do online. Também não houve, como na outra reunião a que assistimos, planeamento na área multimédia ou conteúdos audiovisuais fazendo-nos crer que este planeamento parece ser mais incisivo quando as pessoas ‘certas’ dirigem a reunião.

Comecei por me apresentar à editora o que por si só causou algum desconforto, foi notório.

Pela primeira vez a presença de duas mulheres na reunião. Uma por videoconferência a partir de Lisboa, a outra dirigia a reunião. A maior parte dos assuntos abordados na reunião transitaram naturalmente da reunião de planeamento do dia anterior e os editores pouco ou nada acrescentam ao planeamento do dia que já não tivesse sido abordado no dia anterior.

A reunião de planeamento da edição de sábado começa às 18 horas. A editora executiva que dirigiu a reunião da manhã está presente e com ela está o membro da direção que vai fechar o jornal. Cada editor literalmente debita as sugestões que tem guardadas ou estão a ser preparadas para a edição, levanta-se e sai da sala. Não é uma reunião para debater abordagens, ou fontes ou possibilidades de paginação. É apenas uma hora em

que cada secção tem a oportunidade de partilhar o que “já está no forno”, conta um dos diretores.

O responsável pela agenda está presente na reunião e vai anotando todos os temas que saltam para a agenda para que na manhã seguinte esta listagem já esteja atualizada. Isso inclui também, por exemplo, alguns contactos com a Lusa, que fornece a lista, para confirmar ou retirar alguma dúvida de algum serviço que aparece.

O desporto que estará em grande destaque este fim-de-semana tem atenções redobradas na reunião. Não só o editor aponta o que vai ser feito, como interage com a área do online para o que tem que ser preparado. No final da reunião, resta a editora do online. Não é por acaso que ela fica para o final, diz o diretor. A função dela além do contributo da secção Mundo é perceber o que vai ser feito para o online e “vai pescando o que pode ser feito das restantes seções possíveis de serem convertidas em multimédia”, diz o jornalista. A primeira coisa que destaca é o facto de, pelo desporto ter tanta importância este fim-de-semana, vai “ser preparado um vídeo, um voxpop e informação para saltar para o site”, assim que chegue a confirmação mais de agenda, como os horários a que as equipas chegam, etc.

Outro dos assuntos é a mega operação da polícia, durante a madrugada de amanhã, no combate à droga. O Jornal de Notícias vai não só acompanhar a operação, como vão ter conteúdo vídeo da própria operação. O diretor dá logo a indicação que o jornalista que fizer a cobertura terá que editar durante a noite, pois o conteúdo tem que sair logo pela manhã.

Há de facto maior solicitação para a área de vídeo e para a área de multimédia quando este diretor está presente nas reuniões. Diz, sem pudor, que esta secção “é minha” e que é natural que ele também queira trabalhar mais estes aspetos, da mesma maneira que outros diretores puxarão mais pelas suas áreas, refere.

Na reunião de fecho estão sempre presentes um adjunto e um subdiretor e, claro, o diretor. Na impossibilidade deste último não estar presente, cabe ao diretor adjunto fazer o seu próprio redireccionamento de apostas e enviar ao diretor as possíveis manchetes.

Opta sempre por enviar as matérias possíveis de ser manchete sem assinatura dos autores, pois acredita que uma matéria do JN é do JN e não de indivíduos. Também já sabe os conteúdos em que pode confiar e que não precisam sequer de revisão e aqueles

que tem sempre de dar uma leitura primeiro. Outros diretores optam pelo sistema inverso de enviar as matérias assinadas, pois acham que isso é um elemento diferenciador.

Há ainda uma outra reunião durante a semana, chamada de reunião de primeiros planos. Aqui normalmente são decididas possíveis aberturas e matérias mais suscetíveis de saírem ao domingo, o dia de maior venda para o jornal. São matérias mais de contexto, com outro tratamento de texto e com assuntos mais direcionados às famílias. Ainda há essa ligação e essa preocupação na direção do jornal. O diretor também sabe que muitos dos temas que são aqui propostos depois acabam por saltar, por força da própria atualidade, mas tentam pelo menos ter uma matéria que se mantém.

Não conseguimos assistir à reunião de fecho pelas limitações de deslocação. O diretor adjunto assegurou que hoje é um dia particular pois normalmente a reunião de fecho acontece mais cedo do que a hora adiantada de hoje marcava.

No fecho são decididas os machetes depois do diretor adjunto ter reunido todas as potenciais notícias capazes de figurar na primeira página, ordenadas num documento word por secção e com o respetivo título, ainda que tudo provisório. Este assinalar de potenciais assuntos de capa facilita o processo de decisão e de debate entre os presentes na reunião, conta.

Enquanto faz o fecho do papel, não deixa de olhar para o online, por três motivos: primeiro porque esta é a sua área e mesmo quando não está de fecho ao jornal acompanha o online; segundo, porque pode surgir alguma coisa no site que seja importante trazer para o papel; e finalmente, porque é o responsável por averiguar se os números das visitas e cliques se mantêm constante.

Diz que insiste com a sua equipa para fazer rentabilizar ao máximos as notícias que estão a ter maior sucesso e para ficarem atentos às que têm menos impacto, pois podem ter que ser “realojadas”. Os parâmetros são sempre altos e se os do dia anterior foram muito bons, hoje a pressão é para serem pelo menos iguais.

Um outro elemento que lhe permite perceber se há algum tema que possam estar a falhar é através das televisões. As televisões estão sempre ligadas na redação, mas para evitar estarem presos à emissão, esperam pelo email das televisões que faz uma síntese

dos temas que foram abertura de todos os jornais. Levam este email para a reunião de fecho para atualização e, mais importante ainda, se houver algo de novo.

### **Dia 5**

A reunião da tarde não é demorada. É rápida, concisa e pede-se a todos os editores que de forma muito resumida indiquem tudo o que está a ser preparado para o dia seguinte. Um desses temas é uma corrida noturna. Falaremos com a responsável já na próxima semana pois soubemos que irá fazer o próprio percurso em corrida e com uma câmara alojada para gravar tudo o que aconteça. Este é um conteúdo que servirá de mote a um programa da sua autoria e que está a “ser cozinhado” como diz o diretor adjunto.

Durante a reunião também é referido que um possível naufrágio poderá mudar o curso do internacional, mas ainda não se sabem muitos pormenores. No entanto, esta informação acabada de chegar à redação poderá causar uma deslocação nas páginas e novos desenvolvimentos até à hora do fecho.

### **Dia 7**

Fomos à reunião da manhã que hoje foi dirigida não só por um diretor adjunto diferente mas o próprio diretor do jornal, Manuel Tavares estava presente na sala. O ambiente já se sentia diferente com a chegada de cada editor de secção. Mas isso deve ser algo inevitável não só em qualquer redação, mas em qualquer local de trabalho.

Aqui, poderá condicionar não opiniões, mas posturas. Umas mais abertas que outras, ou o contrário. Na verdade, quando o diretor apontava alguma falha, todos se quedavam no silêncio e tantos outros na indecisão.

Talvez estivessem ‘contaminados’ pela presença da investigadora. Talvez seja algo normal sempre que o diretor marca presença. Um facto que não podemos negar é que há menos contributos da parte dos jornalistas na sua presença. Quando se ausentou da reunião e esta teve continuidade, a postura, o diálogo e a atmosfera mudava sem ninguém dar por isso.

Esta reunião teve a maior duração de qualquer outra reunião que tivéssemos presenciado. Um total de uma hora e meia, mas com o desacordo de todos que havia sido demasiado longa. O processo foi o mesmo. Cada secção dava o olhar do dia, o que teriam que abordar e que secções iriam ter que colaborar em parceria. Acontece que hoje

o dia foi também de reparos, de coisas que o Jornal de Notícias falhou e de o apontar o dedo por parte da direção.

Não só o diretor mas também o diretor adjunto foram cirurgiões de serviço ao abrir os jornais e perceber as matérias dos outros e as do seu jornal. Os jornalistas pouco reagiram. O Correio da Manhã, o jornal que é referido em todos os outros jornais, consegue a matéria que mais ninguém consegue e os jornalistas chamam-lhe “sorte”. O diretor chama-lhe “ir atrás das fontes e da notícia”.

O diretor adjunto trata a todos por Dr, em tom de brincadeira, mas ninguém retribui. Depois da ronda inicial o diretor adjunto, e aí já o diretor se havia ausentado da reunião, continua com aquilo que ele acha que ainda deve ser tratado. E prolongam-se os debates do que deve entrar ou não, a quem pertence esta notícia e quem a vai fazer.

Diz o diretor adjunto que lhe parece “um jogo de cadeiras” com os empurros sucessivos de uma secção para a outra. Uns argumentam falta de pessoal, outros que não faz parte da sua área sugerindo a intervenção dos colegas e o diretor adjunto acrescenta que “quer trabalhar a notícia para que os leitores saibam o que está a ser discutido [sobre a transmissão de jogos em canal aberto]”. O tom cresce e torna-se já numa pequena discussão, mas tudo muito normal para um dia no JN. É difícil não só gerir todo o processo burocrático que as suas funções envolvem mas às vezes esquecemo-nos que se estão a gerir pessoas também.

## **Dia 9**

A reunião da manhã começa com poucas pessoas. Muitas folgas são acumuladas e hoje o dia será, ao que tudo indica, para o desporto e para a economia. Durante a reunião já são previstos os trabalhos que deverão estar no site, com a ajuda do editor Manuel Molinos. Comparece a todas as reuniões e reúne toda a informação da manhã – prévia à reunião – para depois, juntamente com o diretor que preside à reunião.

A reunião da manhã começa com poucos jornalistas pois o dia é de folgas acumuladas do fim-de-semana. Mesmo assim, em cima da mesa estão os principais títulos do dia, revista especialistas em economia (Times, The Economist) das quais o diretor que preside a esta reunião é assinante e alguns jornais espanhóis mais importantes.

Ao fazer a ronda pelos jornais, como aliás é hábito, dois dos diários, o Diário de Notícias e o Correio da Manhã, lançam dois assuntos novos. O diretor adjunto corre também a agenda do dia, já com as sinalizações para os trabalhos que se vão avançar e com as sinalizações vídeo a serem produzidas. Discute-se a falta de uma pessoa para fazer vídeo, que o editor de desporto diz tentar arranjar, em jeito de preparação para o clássico porto-sporting.

O diretor adjunto afirma ainda que “isso com um iphone fazia-se de forma rápida e sem ser necessário perder muito tempo”, argumentando pela falta de meios e pessoas que cobrissem estas imagens.

Porque de manhã houve um acidente no metro do Porto, os redatores das regiões lançaram-se logo cedo até à estação onde o veículo havia descarrilado para cobrir o acidente. A acompanhar foi também um fotógrafo que não conseguiu imagem do veículo avariado. A notícia foi logo parar ao site. Curiosamente, enquanto o diretor nos falava em como era importante cobrir este tipo de incidentes, com uma equipa apropriada – por acaso o incidente acabou por se revelar menor – o Público já tinha conseguido uma fotografia do veículo que estaria a ser reparado no túnel. Muito embora a fotografia não fosse completamente clara, o Público que parece estar a investir no Norte, conseguiu uma coisa que devia ter sido o JN a conseguir.

Durante a reunião começaram a ser discutidas as informações para avançar com uma infografia para abrir as regiões, que explicasse o acidente e que depois “pode ser aproveitada para o site desde que se desagregue o trabalho, podemos aproveitar qualquer coisa para o online”.

## **Dia 10**

Entretanto fomos até uma reunião de primeiro plano hoje conduzida por um diretor adjunto diferente. E, tal como aconteceu nos outros jornais, o ambiente e a postura dos jornalistas é diferente. São reuniões que no seu objetivo principal também são diferentes. A reunião da manhã já foi apelidada de “missa dominical” em tom de brincadeira, por ser quase uma repetição da reunião que fazem ao final da tarde. Esta tem por objetivo principal desenhar as páginas que pertencem ao primeiro plano e reajustar os assuntos do dia.

Literalmente faz-se o desenho do espaço e das manchetes do dia em videoconferência com Lisboa, onde se encontra apenas editor. O diretor dá instruções para “coser as páginas” em assuntos que aparentemente apareciam distantes uns dos outros, mas que teriam que verter todos para as páginas que ele assinalava.

Durante a reunião, mais longa do que as restantes que já assistimos, discutia-se onde colocar certas notícias que pareciam apelar ao lado mais político e institucional das notícias, quando o diretor afirma que “vamos optar pela construção que tem mais impacto na vida das pessoas”. E isso parece-nos ser um bom ponto de partida para qualquer alinhamento de jornal especialmente se quer manter a ligação e o compromisso com o leitor.

Talvez não seja por acaso que o diretor tenha dito isto. Se é verdade que um dos diretores assumiu prontamente o online e o internacional como “o seu pelouro” este diretor adjunto também os assume, mas como sendo do “local e da política”.

Afirma sem rodeios que “o local é o coração do Jornal de Notícias” e ter este pelouro é por isso uma responsabilidade acrescida, mas que lhe exige um trabalho intenso de diálogo frequente com as pessoas deste jornal e isso significa quer as da redação como os correspondentes, ou melhor dizendo, principalmente os correspondentes.

## **Dia-a-dia na redação**

### **Dia 1**

Antes de começar a observação tive duas reuniões prévias com um dos diretores só para nos conhecermos melhor. As visitas são sempre informais e terminam com um passeio pela redação, com a apresentação a várias figuras centrais do Jornal para que se habituem à presença.

Há, durante a reunião, a forte preocupação com a produção de vídeo. Aliás, nada no planeamento é deixado ao acaso, especialmente no que toca à produção de extras para notícias e que possam depois potenciar o site do jornal. O dia de hoje é pautado por dois acontecimentos que acabam por estar ligados: a queima das fitas e a morte de um jovem no queimódromo.

Estes dois assuntos mobilizaram já da parte da manhã alguns jornalistas que estão a acompanhar o funeral. Uma outra grande massa de jornalistas vão ser mobilizados

durante a tarde para o cortejo. Um assunto que é típico da cidade do Porto ocupa muito do planeamento e faz antever um planeamento detalhado de conteúdos para o site e que tenham um forte impacto.

A queima terá um acompanhamento minuto a minuto para o site e para as redes sociais. Das jornalistas optaram por “instalar” uma câmara numa cartola e filmar o cortejo a partir daí, dando a sensação de integração no desfile. Há uma forte estratégia dos assuntos locais, nada é deixado ao acaso.

Outra das estratégias é ir colocando no site as fotografias que vão sendo tiradas no desfile. Um dos editores conta que a jornalista já tem o “iphone pronto para levar” e vai publicando à medida que vai tirando. Não sabem se a Global Imagens irá fornecer as fotografias com grande tempo de antecedência mas também não ficaram totalmente dependentes do organismo. O jornalista que vai para o terreno, que fotografa, que publica. Isto é o sinónimo do jornalista polivalente e multiplataforma.

Só depois é que pensaram em como este vídeo poderia dar um contributo para a edição em papel. O diretor avisou o editor do local para eventualmente aproveitar alguns frames “bons” para a edição do jornal do dia seguinte. Mas a preocupação principal continua a ser o site.

Outro conteúdo que está a ser preparado são as fotogalerias. A par da atualização minuto a minuto à medida que a jornalista no terreno vai tirando as fotografias, na redação vão construindo fotogalerias para o site de grande dimensão. Querem atrair o público para o site e sabem que terão maior sucesso se o detalhe for também planeado. O editor do local chama a atenção também para a jornalista que está no terreno ter que acompanhar de perto a faculdade à qual o jovem que foi morto a tiro no queimódromo fazia parte, pois será um elemento que muita gente querera ver.

Diz o diretor que “a primazia é para dar primeiro e dar mais rápido”, daí que se note um investimento tão grande nos vídeos e nas fotografias. E note-se que há um ainda maior investimento de jornalistas fora da redação que não estão dependentes do serviço da Global Imagens.

O diretor queria destacar também alguém da equipa de vídeo para o estádio do Dragão depois das notícias de desporto terem, desde o dia de ontem, dado uma reviravolta tão grande. A ideia era ir até ao estádio e fazer alguns vídeos com quem estivesse a comprar

bilhetes para o jogo decisivo do campeonato entre Porto e Benfica. O editor do online acusou logo falta de pessoal “com muita gente a tratar da queima e do funeral”. Então o diretor disse que falaria com o fotógrafo da Global Imagens para tentar perceber se conseguiriam fazer um vídeo também. Mas pareceu-nos que isto foi quase como que um último recurso já que se pudessem usariam os seus próprios meios.

A tarde começa com a preparação intensa por parte da equipa do online no acompanhamento que se faz do cortejo da cidade. Este não é um cortejo qualquer, é o mais emblemático da queima das fitas e o Jornal de Notícias não poderia ficar de fora.

Conta-nos um dos editores do online que há duas pessoas a trabalhar exclusivamente para o online no terreno. Um dos colaboradores está só a recolher vídeo e quando tiver os elementos que precisa virá para a redação a fim de editar e colocar no site. Esta pessoa faz habitualmente este tipo de trabalho em vídeo apesar de haver outros jornalistas com a capacidade de produzir conteúdos audiovisuais. O outro elemento é um estagiário que saiu para a rua equipado com um iphone e vai enviando atualizações do que está a acontecer para o email do editor. Se for algo muito urgente liga diretamente para ele. O editor ligou-lhe várias vezes durante a tarde. O primeiro dos muitos telefonemas foi a dar instruções precisas de lhe ligar de volta assim que o cortejo arranque. Durante a tarde foi enviando fotografias com uma breve descrição para o editor atualizar o site. A autoria da fotografia não foi esquecida e é sempre referida não só no site, como nas redes sociais.

Só a meio da tarde vimos mais dois jornalistas – um fotógrafo e um jornalista – devidamente equipados com material de gravação e microfones que saíram para cobrir o mesmo evento mas desta feita para o papel.

A meio da tarde o editor recebe uma chamada de um leitor. Perante uma notícia que foi publicada, mas que o ponto de partida até foi da agência Lusa, o editor do online decide atender a chamada de um leitor para a redação. Havia uma imprecisão num dos termos usados, o que o jornalista se prontificou logo a alterar. Explicou que a notícia advinha das agência e que o “seu papel foi simplificar uma informação demasiado extensa”. Explica o editor que hoje é menos comum receberem chamadas, mas ainda continuam a receber. Acredita que a chamada para o jornal seja um símbolo da ligação que o leitor sente ao jornal e por isso não deva ser encarada como apenas mais uma chatice. O jornalista deve dedicar esse tempo ao seu leitor, desde que essa troca seja produtiva.

O contacto com os leitores também se faz através dos comentários. Apesar de haver um gestor para as redes, quem gere os comentários do jornal é a equipa do online. Adotam o modelo de denúncia e são “obrigados muitas vezes a apagar alguns quando percebem que as coisas já estão a tomar contornos difíceis de controlar”. O editor acha que o ideal para este modelo seria algo que “não fosse completamente aberto ou que pelo menos obrigasse a um registo, como com o perfil do facebook por exemplo”. Mas não concorda com o modelo atualmente em vigor. O que podia servir como espaço de reflexão é muitas vezes, a maior parte das vezes, de insulto ou aos atores das notícias ou ao próprio jornalista. São raros os contributos no sentido de corrigir ou ajudar a corrigir dados ou elementos da notícia.

## **Dia 2**

Um dos editores online mostrou-se menos à vontade com a minha presença e com o trabalho que vou desenvolver de observação. Optou por agendar uma hora comigo para podermos falar apesar de lhe ter explicado que o trabalho de observação “exige” observar rotinas, métodos e ferramentas de trabalho. Mas o editor prefere que eu não esteja, pelo menos para já, junto da sua mesa. Pede educadamente que me retire e diz que já vem falar comigo à mesa onde estou instalada. O seu trabalho, ainda que observado à distância, parece muito centrado nas multiplataformas do jornal e na capacidade que o meio pode ter para desenvolver o seu trabalho em diferentes frentes.

Ele senta-se ao lado de um dos diretores mais ativos na área de integração e já percebemos que a “parceria” que existe entre os dois é feita de hábitos e rotinas. Trabalham lado a lado e têm um vínculo forte. Estão quase sintonizados para o mesmo e pensam no online de em conjunto. Tão em conjunto que se alguma coisa corre menos bem têm o à vontade para “discutir” livremente e sem restrições. Aconteceu isso mesmo antes do editor ter pedido para me ausentar da mesa.

Ao chegar o diretor questionava o editor que havia colocado online uma das notícias que estava a causar muita polémica no site.

Na caixa de comentários os leitores contestavam a fotografia usada, já para não falar na notícia que parecia estar a “incendiar os ânimos clubísticos”, diz um dos membros da direção. A notícia foi feita a partir do grupo que se organizou no facebook. Também

nessa página havia uma fotomontagem – e não uma fotografia note-se! – Da mensagem e do avião que sobrevoou o treino do Benfica esta manhã.

Erros que se registaram e que foram proferidos pelo diretor: a notícia não estava contextualizada, faltava a referência à rede social em questão de onde tudo isto partiu e a imagem estava identificada como fotografia quando claramente não era. Tratava-se de uma fotomontagem retirada do facebook dos organizadores do movimento que foi publicada sem qualquer referência à autoria.

Diz o diretor que estes fatores são de risco para a credibilidade da própria notícia principalmente quando temos comentários dos leitores “estão a fazer uma notícia a partir duma foto falsa”, pode-se ler nos comentários ou “que ridículo, esta imagem é uma fotomontagem com o texto anexado em Photoshop. Que vergonha de jornalismo”.

Isto levanta questões preocupantes: o cuidado com as fontes, a imediatez da publicação online, a ausência de gestão de comentários, autoria de textos, imagem do jornal, credibilidade do jornal e imagem do grupo.

Hoje está cheia de jornalistas. Com a aproximação do fim-de-semana as mesas que se estendem por toda a redação estão completas e são poucos os lugares vazios. Algumas secções organizam-se em torno das mesas redondas e discutem abordagens, outros fazem a leitura dos textos que vão entrar na edição em papel. Na mesa central alguns dos editores executivos vão dando orientações para o resto do jornal, mas está mais vazia do que o habitual.

Nota-se que é mais difícil falar com os jornalistas. Todos estão mais ocupados, todos trabalham junto do telefone e do computador e têm pouco tempo para falar com a investigadora.

O núcleo do online está muito preenchido e faz notar mais a sua presença no dia de hoje. A secção mais barulhenta mas também aquela que mais produz é a de Desporto. Organizam-se para tratar dos preparativos para o clássico de sábado.

Tentamos falar com um dos executivos, mas mostrou-se de imediato indisponível por já estarmos a meio da tarde e ter que se preparar para as duas reuniões do dia: a de planeamento e do primeiro plano. Argumentou que tinha chegado há pouco tempo e

ainda estava a atualizar-se de todas as notícias do dia e o que poderia levar de novo para as reuniões. Perguntou logo se se tratava de uma entrevista.

Depois de a reunião terminar um dos editores executivos envia um email para todos os jornalistas com as apostas do dia, de forma a dar a contextualização para todos os jornalistas e não apenas para os que estiveram presentes na reunião.

Este é um aspeto que o diretor gosta de destacar e acredita que no Jornal de Notícias funciona muito bem: a circulação de informação. Chega a lembrar que mesmo quando ele não marca presença nas reuniões de planeamento, recebe esse email que lhe permite estar por dentro não só do que vai ser tratado no dia seguinte, mas também acompanhar a própria atualidade. Nunca se sabe que contributo é que poderá dar no sentido de ajustar determinadas apostas que são sugeridas na reunião. Daí a importância de fazer circular esta informação por todo o jornal em vez de estar à espera que os jornalistas solicitem essa informação. O diretor confessa que a maior parte dos jornalistas acham estas reuniões maçadoras e este email é uma boa forma de manter todos por dentro do que está a acontecer no jornal E refere “não somos uma linha de montagem, somos uma equipa que trabalha com os mesmos propósitos, para o mesmo fim”.

### **Dia 3**

Por exemplo, durante a manhã uma das colaboradoras avisava o editor que ao entrar no separador de Multimédia via tudo desfocado e fora do lugar. Isso implicou o acionamento de uma série de tarefas por parte do editor: primeiro averiguar junto da colaboradora quais os sinais que via, em que browser estava a acontecer, qual a versão, etc. Depois pediu-lhe para enviar um print do que estava a ver pois o editor no seu computador verificava que tudo estava normal. Quando a colaboradora enviou o print screen por email, o editor encaminhou por email também toda a informação para a equipa de desenvolvimento em Lisboa para que pudessem averiguar o que se estava a passar.

Esta equipa de desenvolvimento é também a responsável pelo agrupamento dos conteúdos no site deixando pouca autonomia a quem está na redação pois obrigatoriamente tem sempre que transmitir a informação para estes órgãos. No entanto, ao falarmos com o editor percebemos que ele próprio tem a iniciativa de desenhar

algumas páginas e de criar protótipos para certas páginas, ou eventos específicos que o Jornal possa estar a cobrir, como eleições, dérbis de futebol, etc.

Desenha as páginas usando aplicações que diz “conhecer por sua conta e risco” e admite que faz isto porque gosta. O trabalho é adiantado para quase metade. Depois resta à equipa de desenvolvimento trabalhar a parte mais técnica do processo e a qual o editor não domina. Diz que, sempre que envia protótipos, envia também um documento que explica como deverá funcionar a navegação no site.

Não é a primeira vez, e parece-nos que não será a última que pensa neste tipo de conteúdos. Sempre que promove uma alteração à própria página do Jornal de Notícias elabora pequenos manuais para que a equipa do online tenha sempre presente como mudar o layout e alojar da melhor forma a informação. Nesse documento estão estipuladas medidas, disposições de páginas e objetivos de cada uma das opções de topo. Há algum tempo introduziu as variações de topo do site e isso conferiu sem dúvida maior dinâmica ao site. Mostrou-nos também outras opções mais arrojadas que já estão a ser preparadas. Tudo isto, só encontra limitações na hora de tornar tudo operacional pois se o desenho esta pronto, a parte técnica tem que corresponder.

#### **Dia 4**

Uma vez que a semana foi tão marcada pelo evento desportivo do fim-de-semana decidimos vir até à redação acompanhar a preparação, o desenvolvimento e o final do jogo que poderá decidir o campeonato entre Porto e Benfica.

O jogo é na cidade do Porto e não fosse este jornal muito nortenho, muito da sua cidade (mesmo que seja o Benfica vencedor) teria que acompanhar de forma muito cerrada este evento desportivo. A preparação para este dia começou praticamente no dia anterior: desde vídeos, a conferências, a destacar jornalistas e infografias.

Ontem foi publicada uma infografia com os números das duas equipas até ao momento da disputa: vitórias, empates, derrotas, golos, melhores marcadores, tudo condensado numa apresentação visual que agrupa dados e números. Os vídeos são dois: um lançado ontem, com a chegada da equipa do Benfica à cidade e outro durante o dia de hoje, durante a tarde, quando rebentou um petardo, que foi registado pela PSP em vídeo.

Diga-se que há a movimentação do jornal em duas frentes distintas, mas que trabalham de forma integrada e próximas uma da outra. De um lado temos a tradicional equipa do desporto. Não há muita gente a trabalhar, pois é fim-de-semana, mas mesmo assim nas mesas já se senta o editor e dois jornalistas. Daqui a pouco chegam mais dois que estão no terreno a recolher informação. Neste momento, cada jornalista concentra-se na sua área de especialização mas diz o editor que “na hora do jogo todas as atenções estarão viradas para o clássico”.

No exterior há quatro pessoas em sítios diferentes: um jornalista acompanha a equipa do Benfica junto do hotel onde estão instalados e vai registando as alterações que vão ocorrendo. Durante a noite de ontem escrevia uma notícia sobre o rebentamento de petardos e fogo-de-artifício junto ao hotel que imediatamente foi publicada no site. Outro jornalista está com a claque dos Super Dragões, à espera de perceber como os ânimos se vão alterando e como vão reagindo, especialmente quando os adeptos do Benfica começarem a ser encaminhados para o estádio. Finalmente, dois jornalistas vão estar no estádio a fazer o acompanhamento do jogo. Eles escreverão a peça final do papel e ao mesmo tempo vão passando informação ao online pois de lá têm acesso ao programa em back office e têm facilidade em escrever as próprias informações que vão recolhendo enquanto o jogo não arranca.

O telemóvel não larga estes jornalistas e grande parte da informação que é transmitida é feita através do pequeno aparelho. Dentro do estádio é comum usarem o Skype para comunicarem uns com os outros. É difícil prever o que vai acontecer fora do estádio, mas dentro o relato do que vai acontecer não difere muito de um típico jogo de futebol.

Na redação a preparação dos textos já começou. É que hoje é particularmente difícil. O desporto ocupa um total de 14 páginas, sem contar com o primeiro plano que ocupará cerca de 5 páginas só dedicadas ao jogo Porto Benfica. Como muitos lugares da tabela classificativa estão na disputa direta todos os outros jogos tiveram início às 18h15. Daí que a atenção seja dispersa.

Nestes jogos o Jornal de Notícias tem colaboradores e correspondentes a cobrir todos os jogos e as páginas já se encontram desenhadas. Diz o editor “que será uma edição pobre pois em termos de grafismo não há muito a fazer e é difícil agrupar tantos jogos nas páginas e ser criativo”. O desenho do primeiro plano também já está feito, apesar do editor admitir que “em cima da hora ainda podemos ganhar mais uma página”.

Já ouvimos dizer na mesa dos editores que “querem fechar as outras páginas mais rápido para concentrar tudo no que é mais complicado”, ou seja o desporto. A principal dificuldade é que tudo pode mudar de um momento para o outro, muito próximo da hora de fecho do jornal.

O editor de desporto está consciente da dificuldade destes dias e classifica como “guerra de trabalho” pois a partir de uma certa hora tudo se concentra aqui. No que diz respeito às fotografias, o jornalista conta claro com o trabalho da Global Imagens. Conta que a meio do jogo deverá começar a receber imagens dos fotógrafos e, claro está, passa por ele a escolha das mesmas para a edição em papel. Com o online já é diferente. Sabe, dita a experiência e os anos à frente desta equipa, que independentemente do resultado o jogo será assunto de capa, “ou pelo menos foto”.

O editor não se consegue separar do computador por um minuto, pelo menos até o jogo começar que é quando as coisas começam a acalmar. Também é inseparável dos headphones que lhe permitem ouvir as atualizações das televisões “que às vezes chegam mais rápido que as próprias chamadas”. Ele é rigoroso até nos minutos das atualizações. Verifica sempre a hora da mensagem antes de publicar e não quando começa ou acaba de escrever a atualização do site. E o Photoshop, fiel parceiro do tratamento de notícias, está sempre aberto e pronto a ser utilizado. A média são cinco ou seis SMS por minuto e emails ao mesmo tempo com duas ou três fotografias no terreno.

Conta que os turnos ao fim de semana, em especial no núcleo do online, são um pouco diferentes dos outros dias. Há sempre uma pessoa que faz o turno da manhã e se prolonga pela tarde e outras que fazem o da tarde e que se prolonga pela noite. Desta forma “o site está sempre assegurado”, diz o editor.

O que está previsto para o trabalho do online é uma peça – que chegará da secção de Desporto – mais completa para o final do jogo. Muito antes disso o editor tem que começar a preparar o início do jogo. O resultado é sempre fornecido por um serviço exterior ao jornal, que se aloja no topo da barra dando o resultado e a previsão ao minuto. Mas o online não fica inteiramente dependente deste serviço. O que o editor irá fazer “é tratar da entrada do jogo”. O topo da página é alterado dando lugar a uma atualização, mas não ao minuto, apenas uma pequena síntese dos momentos mais importantes do jogo, neste caso, o começo do jogo, os golos, casos polémicos, etc. Junto

com esse texto há um link que redireciona para o serviço externo que faz a atualização ao minuto do que está a acontecer.

O editor dá já indicações para uma das jornalistas do online adjuntas para alterar a manchete pois ele tem que ter esse espaço reservado para a entrada assim que o jogo tenha início. Entretanto os outros jogos já acabaram. O editor de desporto de imediato dirige-se à mesa do online e diz que dentro de momento terá um texto que fará a análise a tudo o que aconteceu. O editor do online diz que “quer isso rápido”, mas o editor de desporto alerta que o jornalista que está a preparar este conteúdo tem que ter muito cuidado com o texto pois envolve “muitas contas, muitas descidas e subidas”. O editor de desporto opta por dar apenas o resultado do Sporting e colocar “em atualização” enquanto o outro texto não chega.

Enquanto isso, procura fotos do Sporting que não chegam e o editor de desporto grita-lhe da sua mesa para “usar as da Académica que é a equipa que abre o texto”. Assim que o texto fica pronto o editor dá as indicações à jornalista do online: “Tens aqui uma coisa para puxar para a homepage”, diz.

Para o papel e assim que começa o jogo juntaram-se três jornalistas no estádio. O que acompanhava a claque agora está junto dos outros. Um deles é também editor e o responsável por escrever a crónica do jogo, no fundo fazendo o mesmo trabalho que o editor faz aqui na redação e aliviando um pouco o fecho do jornal.

O editor do online lê o jornal enquanto decorre o jogo. Aos colaboradores que estão no terreno a trabalhar para o online estão agora a editar o vídeo que deverá ser colocado no site antes do jogo terminar. Ficarão reduzidos a um, para o caso de ser necessária a intervenção no final do jogo. Começa a trabalhar já de antemão uma galeria do jogo, só faltam as fotografias da Global Imagens.

## **Dia 5**

O seu dia não tem uma rotina instalada e sabe que ao trabalhar para o site “tudo pode mudar a qualquer momento”, mas que ao mesmo tempo lhe permite estar mais livre para o que possa acontecer. Sai da redação sempre que tem que gravar vídeo, mas além disso é raro. Considera-se um jornalista polivalente pois não se vê alocado a uma só função: ele trata imagens, faz textos, gere o site e capta imagem além da produção

audiovisual que é da sua responsabilidade. Também consegue fazer fotografia, com qualidade, sempre que é necessário e já fez em várias ocasiões.

No entanto admite que o facto de ter tantas tarefas às vezes pode ser problemático e trazer alguns problemas de dispersão. Assume-se como “sou polivalente à procura de especialização, por isso estou a tirar o Mestrado para retirar algum valor daí e aprender”. E no fundo é um especialista em vídeo, pois são muito poucos os que fazem o mesmo que ele. Salaria que a parte melhor do seu trabalho é que “a meio tudo pode mudar” e esta função o deixa “solto para o que possa acontecer”.

Ao olhar para o canal vídeo do jornal encara como algo positivo, mas que ainda carece de outros conteúdos, como por exemplo, a reportagem mais alargada. Por ser algo que ainda está muito no início, considera natural este período de ajustamento e que a longo prazo o jornal conseguirá posicionar-se.

Quanto aos aplicativos móveis, afirma que “não tem grande contacto com o que está a ser feito. Eu próprio não tenho aplicação do JN apenas acedo diretamente à página”. Contudo, afirma que poderia ser mais dinâmica e apostar em conteúdos que “chamem o público através de conteúdos multimédia, infografias ou a própria fotografia”.

## **Dia 7**

Diz que os jornalistas hoje já não saem da redação e limitam-se a escrever o que lhe dizem. Chega ao ponto de retratar a secção do online como uma secção não de jornalistas, mas de “contabilistas que não saem da cadeira”.

Admite que “posso não entender muito do online”, mas “de uma coisa eu sei: o que estamos a fazer está a matar o papel”. O contributo que dá para a secção do online é diminuto e prefere guardar a sua notícia “para o momento certo”, pois se revelar tudo no site outros poderão ir atrás do mesmo e “porque ainda é o papel que nos dá dinheiro”.

O editor multiplataforma chega a meio da nossa conversa e diz em tom de brincadeira que fomos falar com a pessoa da redação que é “anti-online”. O jornalista afasta logo essa ideia dizendo que “apenas não lhe peçam para escrever o que se escreve atualmente nos sites, pois isso não vai fazer”.

## **Dia 8**

Apesar de segunda e terça serem dias de folga para os jornalistas do fim-de-semana, a redação está preenchida da parte da tarde. Os telefonemas, com denúncias de casos locais, sucedem-se nas secretárias ao lado. A reunião da manhã está atrasada. Mas o “radar” da redação já está a fazer o seu trabalho e verifica todos os jornais à procura de potenciais desenvolvimentos que o JN possa agarrar ou informações que o jornal tenha falhado. Não há nada de novo a destacar a não ser uma notícia dada.

O dia e a tarde começam sempre da mesma maneira nesta secção. Ouve-se: “Jornal de Notícias, bom dia/boa tarde, alguma novidade?”. Fazem a ronda pela polícia, bombeiros e hospital à procura de incidentes de última hora. A maior do jornal é seguramente a local e regiões. Ocupa uma fila inteira de mesas e computadores e de jornalistas que trabalham frente a frente. A área local sempre foi forte no jornal de notícias e conquistou ao longo dos anos um espaço importante junto dos leitores.

O editor executivo senta-se na mesa redonda, mas é com bastante frequência que se levanta para falar com a sua equipa. No topo da mesa, junto ao editor executivo, estão os editores adjuntos e depois os restantes jornalistas. A função do editor executivo é coordenar toda esta equipa, a secção regional e tudo o que envolva as equipas norte e sul. Além disso, guarda para si funções de chefia de redação sempre que necessário e de editor de fecho quando a escala o determina.

Também refere que “burocratizou-se muito o processo” e é frequente ao mesmo tempo que executa todas estas funções, ainda pede táxis para a sua equipa, diz em tom de brincadeira.

## **Dia 7**

Já na redação alguns jornalistas haviam referenciado o trabalho que esta correspondente fez por altura dos incêndios na serra do Caramulo, onde houve muitas mortes de bombeiros e muitos feridos.

Contou-nos, durante a nossa conversa, que “foi um trabalho muito duro e pesado do ponto de vista humano, pois estava nas regiões, com as pessoas e a sentir o pulso daquela gente e da sua angústia”. Num dos dias em que arriscou ir mais perto de um dos

incêndios e sem equipamento profissional, decidiu tirar uma fotografia ao incêndio da serra mas insatisfeita com o resultado chegou mais perto, para uma nova fotografia.

Foi aí que ouviu a comunicação via rádio da GNR de um acidente envolvendo bombeiros e decidiu ir atrás. “Foi o espaço de 10 minutos que determinou conseguirmos o que mais ninguém conseguiu, pois fecharam o espaço e não houve tempo de mais ninguém conseguir o que nós conseguimos”, relata.

De imediato, articulou-se com o online e publicou o que mais ninguém tinha. Afirmou ainda que “gosto desta equipa do online pois são muito ágeis com a informação que chega do terreno e conseguem, apesar da rapidez dos processos, fazer tudo com rigor”.

A jornalista faz também vídeo se for necessário. Teve uma curta formação na redação, principalmente virada para “erros a não cometer” e aos poucos foi aprendendo as regras mais básicas de captação de imagem, mas diz que não é tão frequente a captação de imagem em movimento. Ainda assim acredita que o público reage aos conteúdos multimédia e que isso é positivo para o jornal.

Quando lhe perguntamos se o seu trabalho seria diferente se estivesse na redação, afirmou com talvez a sua atenção fosse mais dispersa, pois “como estou no terreno tenho obrigação de saber o que se passa por cá” e se estivesse na redação “a tendência é receber orientações do que temos que fazer”. Lamenta apenas a falta de companhia para trocar ideias.

## **Dia 9**

Continuamos durante a tarde com a equipa do local. É tão grande e coesa que se sente ao longo do tempo que aqui estamos a união. Nas cabeceiras da mesa, mesmo por trás do editor executivo, estão uma editora e dois editores adjuntos que na ausência do editor executivo lideram a ordem de trabalhos. Além disso, a prioridade destes editores é dar destaque ao Grande Porto e área metropolitana, que “tem crescido imenso nos últimos anos, e razão pela qual o JN é conhecido junto dos seus leitores.”

É a experiência de tantos anos a trabalhar juntos que permite resumir o funcionamento da secção: além das chamadas, que já retratamos anteriormente, grande parte das notícias advêm das dicas e informações dos leitores, fazem as habituais reuniões de câmara e quando isso falta a jornalista do local “sabe que nunca fico descalça pois

conheço-os muito bem”. Estes jornalistas “fazem o papel todo” e conta também que até na distribuição de serviços já consegue reconhecer que perfil se adapta melhor a cada história.

Depois, todos os jornalistas das regiões são “bastante autônomos e fazem o seu papel todo” sem necessitar de ajudas extremas. Foram os anos de experiência larga que lhes permitem terem tanta capacidade de agir um pouco de forma isolada e também, cremos, pelo grau de confiança que lhes é depositado.

Conta uma das jornalistas das regiões que o trabalho com o editor executivo consiste “numa troca constante de informação e de uma grande cumplicidade”, pois retrata o “seu superior” como alguém muito organizado e com uma grande capacidade criativa.

A união e a confiança que depositam uns nos outros faz também com que os editores os encarem como pessoas, com problemas, com vida familiar e com capacidades muito diferentes uns dos outros. Argumenta a jornalista que “eles não são robots, são pessoas e têm que ser tratados como tal”. Ela sabe que se precisar eles não falham.

Quanto à estrutura física da redação considera que “não alterou nada de muito significativo”, mas não pode negar que facilitou a comunicação principalmente com o editor executivo. Com os restantes elementos, é mais ou menos igual. As pessoas continuam a levantar-se do seu posto para trocar ideias com os editores e o editor executivo está constantemente “a rodar a cadeira para este lado”. O único problema que persiste é que “está longe de todas as outras seções, precisamente por termos uma mesa central a separar-nos”.

A relação com o online funciona mais ou menos da mesma forma que as restantes áreas. Não há a publicação e a gestão direta com o site, apenas a redação de notícias em back office que depois a equipa de online publica. Os critérios instalados para a publicação de conteúdos são mais ou menos comuns e cobrem essencialmente acidentes ou “notícias que possam interessar ao leitor do Jornal de Notícias”.

Diz que o fluxo das notícias que são publicadas no online e no papel “são substancialmente diferentes, mas que tenham sempre completar no papel o que deram pouco no site”. Além disso, a reportagem, mais a fundo e mais profunda, também é diferente e o tratamento distinto, mas é o trabalho que “nem sempre acontece”. Tudo o que é entrevista normalmente são partilháveis e figuram nas duas plataformas.

## **Dia 10**

O dia hoje foi fora da redação. Na impossibilidade de falarmos com o Germano Silva, que apesar da idade que carrega nas pernas e nas rugas do rosto, tem mais energia que a maioria dos jovens desta redação, fomos para o exterior assistir, e também dar uma ajuda, às gravações do seu programa.

O dia estava chuvoso o que desde logo impediu as gravações no exterior. Conta o antigo jornalista que “quando é assim opto sempre por escolher locais no interior como o que vamos hoje”. Descemos com o jornalista responsável por captar as imagens até ao piso exterior e apanhámos o Germano à entrada do Jornal de Notícias onde já nos esperava impaciente.

Assim que entrou começaram as histórias intermináveis, os anos do jornalismo vindouro e o seu tempo de jovem que ainda guarda nos sorrisos que nos lança. É impressionante o que conseguimos aprender com uma pessoa que “vivi a minha vida e vivi-a bem” em tão pouco tempo. Não será por um acaso que o Jornal de Notícias ainda preserva a ligação a este jovem de outros tempos, pois a sua capacidade de contar histórias não se perdeu.

É por aí que começa. Lembra que sempre lhe ensinaram a ser um bom contador de histórias e tentou nunca esquecer isso. As histórias são tantas que não cabem no pouco tempo que dispomos para fazer tudo.

O jornalista leva ao ombro uma mochila cheia com câmara, estabilizador de ombro e foco de luz, juntamente com um par de headphones, auriculares e microfone de lapela para o seu parceiro de programa.

Assim que chegamos ao nosso local o Germano sai disparado do carro, com um rasgo que a idade não lhe reconhece e lança-se a ir cumprimentar o segurança da Sé do Porto que já o conhece há muito tempo. Dirigimo-nos até à entrada da catedral – conseguimos alcançar logo sem esforço – e sempre a sorrir entramos. A guia também o conhece. E o cónego também. O jornalista que o acompanha remata “é mais conhecido que o Papa!”.

A catedral, símbolo emblemático da cidade do Porto, mesmo em dia de chuva está cheia de turistas. O Germano chama-lhes “os peregrinos modernos”. O edifício conta tantas histórias ao mesmo tempo que o Germano tem mesmo que ser selectivo na sua escolha.

Falou-nos que infelizmente não consegue planear tudo. Faz as suas escolhas à medida que as semanas vão passando e “como o estado do tempo o permitir”. Promete sempre que para a semana já vai ser tudo feito com mais calma, mas é uma promessa que não consegue cumprir. O tempo foge-lhe a cada minuto e somos nós, muito mais novos que ele, que temos dificuldade em o acompanhar. Conta o jornalista que quando faz isto sozinho com ele “Não é por acaso que se visionarmos a rubrica apanhamos muitas imagens com ele sempre a caminhar. Literalmente tenho que andar atrás dele”.

Antes de começar ainda cumprimenta o cónego. Discutem pormenores, discutem datas. Ambos têm razão, ambos estudaram bem a lição. O Germano conta que “gosto de me preparar antes de cada gravação, porque apesar da minha idade a minha cabeça ainda é boa com histórias, datas e números”.

De forma muito concisa e rápida explica ao jovem jornalista – e à jovem investigadora que irá dar uma ajuda com o foco de luz – o que pretende falar e os locais por onde irá caminhar. Depois dos ajustes de luz e o texto com o microfone começa a gravação. Falha a primeira entrada. O segundo take é perfeito, digno de um profissional que está habituado às luzes e às câmaras.

Em muito pouco tempo conta as histórias dos santos padroeiros da cidade do Porto e deita por terra aqueles que o povo da cidade aclamava como padroeiros. O jovem jornalista aponta a câmara, faz planos pormenor nas pequenas histórias dos retalhos de ouro, nos santos espalhados, na dimensão de cada coluna, nos parapeitos e nos arcos.

A Sé quase nos impressiona tanto como o Germano. Ao acabarmos as filmagens conta-nos mais um pouco da sua ligação ao Jornal de Notícias. Este formato que desenvolve agora para o JN Live foi “ideia do Alfredo que tem cá um olho para isto”. Foi um desafio que não conseguia recusar. O jornalista saiu do JN quando se aposentou mas na verdade nunca deixou a redação. Ainda hoje quando entra pela grande porta de vidro com as letras brancas é acarinhado por todos, cumprimenta todos à sua volta, não esquece ninguém e o sorriso mantém-se.

Diz-nos que “acredito que as pessoas ainda me veem como parte da redação, como se nunca tivesse saído de lá”. Mantém uma rubrica no jornal em papel, com o mesmo nome do programa e foi daí que veio a ideia de tornar isto algo mais visual. E eis que a receita faz sucesso quando se junta o nome – e imagem – do membro mais velho do jornal num formato que tem muito de arrojado para um jornal de papel.

Confessa que não costumava consultar muito o site, apesar de saber trabalhar com a Internet. Tem respeito ao meio digital e “sou cauteloso também pois acho que é um meio que é muito perigoso”. Queria dizer que é fácil ceder à tentação de copiar algo de alguém e sair impune com isso ou então ser apanhado por alguém que esteja um pouco mais atento.

Quando lhe lançaram o desafio deste projeto disse que “não acreditava que aquilo pudesse resultar e não percebia muito bem o seu objetivo”. Entretanto, por curiosidade, começou a espreitar o site, começou a ver os comentários e começou principalmente a perceber que as suas histórias, agora em vídeo, chegavam a outras pessoas e que havia reação.

Enquanto caminhava na rua, na sua rua de tantos anos, as pessoas do nada davam-lhe os parabéns, valorizavam – ainda mais – o seu trabalho e diziam “és o maior, sabes tudo sobre o Porto”. Um pouco envergonhado admitia ainda nos bancos da catedral que “sozinho sabe pouco, só em equipa é que podemos saber muito”.

Ainda hoje guarda um lugar cativo no Estádio do Dragão e “só não vou se estiver mesmo muito mau tempo” e até aí lhe falavam do seu programa e do vídeo “que tinham visto esta semana”. Depois começaram os conselhos dos amigos sobre imagem, que aceita com carinho, mas “não tem muito a ver comigo, eu só tenho duas gravatas e uso sempre as mesma”, diz em tom de brincadeira. Por isso que “hoje trouxe esta camisola para ver se deixo as gravatas de lado”.

Quando faz os seus percursos pela cidade até os moradores desconhecem pormenores que esta enciclopédia ambulante guarda. É o que o jornalista chama de “olhar sem ver”. Diz-nos que “a cidade está cheia de coisas assim” e que as pessoas podem lá passar uma vida sem saberem as verdadeiras histórias que aquele lugar tem para contar.

Enquanto a vida o permitir, continuará a fazer o que gosta. Agendamos um novo encontro pois a vida deste jornalista é tão preenchida que todo o tempo que dispõe é escasso.

É na riqueza do seu discurso que percebemos que esta escolha e este modelo não foram escolhidos aleatoriamente. Esta é a forma do Jornal de Notícias perpetuar um ciclo de histórias que mais ninguém tem a capacidade de o fazer, e fá-lo de forma inovadora. E sabe guardar também quem tanto deu a este jornal e que hoje se desdobra em homenagens ao jornalista que foi, ao homem que é.

As histórias dentro da história por hoje terminaram. Começa a ronda de despedidas, tal como à nossa chegada. Não esquece ninguém. Na próxima semana voltarão à cidade do Porto, para contar mais pormenores sobre um marco emblemático, sobre um percurso histórico ou até sobre personagens marcantes da mui nobre cidade Invicta. O Germano Silva completará este ano 83 anos.

## **Dia 16**

Mas também acontece os que têm essa ligação profunda e estão presentes na redação. Daí tudo isto ter que ser encarado à luz de um processo. Um desses casos é uma jornalista que é “metade Jornal de Notícias, metade Diário de Notícias”, muito embora faça parte da redação do Porto. No entanto, a distribuição do seu trabalho nem sempre é pacífica.

Mantém a ligação a Lisboa por ser a única pessoa no Porto a fazer conteúdos de “vida, social e media”, mas as colaborações não ficam por aqui. É gestora de uma página do Facebook dedicada às temáticas que produz intitulada In Notícias. Contou que o aparecimento desta “função” foi algo que foi imposto pelo Diário de Notícias, que nem consultou o Jornal de Notícias sobre o assunto, mesmo tratando-se de um produto JN.

Além disso, ainda faz atualização do DN Famosos sempre que consegue, produz conteúdos e rubricas para a revista Notícias TV e tem uma rubrica semanal no JN Live. Esta última foi uma ideia “aproveitada de algo que já fazia para a secção de Multimédia mas impulsionada pelo Alfredo Leite desafiou-me a fazer este projeto que agora se intitula “8 e oitenta”.

O programa é todo feito em exterior e a jornalista, que lembra os seus tempos de estágio na SIC, diz “que se sente à vontade para desenvolver este tipo de formato. Recorre à ajuda de um membro da equipa que faz a imagem e edita o produto final e a ela cabe a organização e produção do conteúdo.

Diz que este processo também só foi mais fácil porque “aqui no JN trabalhamos como um todo e fomos bem integrados desde o início”. Refere também que o processo de integração do jornal “fez questão de a incluir em todos os processos e por isso se sente uma grande união entre as equipas”. Conta ainda que “eu falo muito com eles (apontando para o online) e eles comigo. No Diário de Notícias isso não acontece, a equipa do online está muito sozinha”.

Até no papel nota um maior apoio e reconhecimento pois diz que no JN “é mais provável de algo que faça seja aproveitado até como chamada à primeira página”.

As audiências nem sempre reagem bem a estas escolhas editoriais, conta. Mas na verdade, desde que a notícia esteja devidamente enquadrada na sua secção, a jornalista não vê qualquer inconveniente disso acontecer.

A integração e o entendimento do que é necessário fazer é tanta que até quando está em casa “alerto para o que estiver a acontecer e necessite ir para o site” e “só se não conseguir é que não escrevo e peço a eles para fazerem isso por mim”.

No Diário de Notícias a sua colaboração chega a ser “disfuncional e como lhes convém”, pois não há uma comunicação regular entre eles ou pelo menos um pedido específico do que esperam da parte da jornalista. É essa falha na comunicação entre os dois polos que causa por vezes dificuldades, por exemplo, no destacamento para serviços. Conta que ainda há pouco tempo o JN tinha solicitado o seu contributo para a cobertura do Portugal Fashion e o DN sem a avisar sobrepôs um outro serviço.

Ao falarmos com esta jornalista foi fácil de perceber que ela reúne a polivalência de plataformas com um grau de especialização temático pois em último caso “acredito que só consigo ser uma boa especialista na minha área se tiver ao meu lado um outro especialista (por exemplo, de imagem) que me ajude a fazer muito bem o meu trabalho”.

## **Publicar e gerir conteúdos**

### **Dia 1**

O Jornal de Notícias orgulha-se por fazer por estar presente em várias redes sociais, pelo menos aquelas que têm mais sucesso, conta o diretor. Umhas já ficaram pelo caminho, mas até ao dia de hoje mantêm ativas o Facebook, o Twitter, o Instagram, o Pinterest e o Google +. Algumas são geridas por automatismos, mas as que têm mais público são geridas criteriosamente por uma gestora de redes. Ela não só gere os comentários que aqui são publicados como vai fazendo uma publicação estratégica de conteúdos. Instagram tem ainda uma variação o instavídeo, feito no mesmos moldes que a foto mas transposto para o audiovisual.

O twitter, por exemplo, usado na demolição do Aleixo foi sendo atualizado pelo jornalista no terreno. Aí, não faz muito sentido passar pela redação. Mas hoje, o minuto a minuto será feito por uma chamada e atualizado, para facilitar o processo a quem está na rua. Afinal, não seria prático trabalhar a partir do programa de back office no meio de tanta confusão.

Quanto à publicação de comentários, o Jornal de Notícias não censura, mas há alguns meses tiveram um incidente que levou a considerar pelo menos uma mensagem do Jornal. O caso acabou por não ter maiores desenvolvimentos mas conta o diretor que “pelo menos a resposta estava preparada”.

A maior parte das notícias é feita pela equipa do online. Explica o editor que o grosso dos conteúdos são de agências, que são publicadas depois de devidamente tratadas. As outras seções acabam por contribuir com alguns conteúdos. As que mais produzem são as seções de Desporto, especialmente em dias de jogos, as seções de regiões quando há algum acontecimento mais local ou algum acidente e claro a secção de última hora. Destaca a política como os que menos contribuem mas aponta como razão a falta de recursos humanos. Diz “são tão poucos para produzir para a secção que pedir para fazerem também para o online poderia ser demais”.

Refere também que ainda há na redação, numa área em específico (polícia), alguma resistência em pensar na plataforma web. Argumentam muitas vezes que o seu foco de atenção tem que ser o papel, porque é diferenciador e é a sua aposta, mas na verdade

isso poderá estar apenas a encobrir um sentimento de resistência a rotinas que já estão instaladas e que poderiam vir a ser alteradas se começassem a pensar no online.

O próprio jornalista afirma que muitas das suas funções são aquilo que “mais ninguém quer fazer” e que já pouco escreve. O seu trabalho é mais técnico grande parte das vezes por dominar certas características e especificidades técnicas que a maior parte dos jornalistas não domina.

Salienta porém uma grande força na sua equipa: sabe, aliás tem a certeza que sempre que há um assunto de última hora, algo que é preciso cobrir em diversas frentes, a sua equipa responde com prontidão. Estão habituados a trabalhar em equipa e são muito transversais. “Caíram” no online vindo de outras áreas: política, sociedade, cultura. E isso dá-lhes mais força e uma visão mais alargada dos assuntos. Sabem mobilizar-se e quando é preciso várias coisas ao mesmo tempo são organizados a conseguir produzir conteúdos variados e precisos. Diz o editor que são “estes momentos que fazem isto valer a pena”. Acredita que o online tem muito potencial e prefere os dias confusos e tumultuosos aos mais pacíficos.

A função da equipa do online concentra-se muito também na composição da homepage e das áreas do próprio site. Conta-nos o editor que em termos de topo têm muitas opções, quanto antes apenas havia uma opção e só era escolhida para assuntos mais restritos. Hoje já é possível escolher slideshow rotativo isolado, ou com fotos mais pequenas adjacentes, mas que acabam por impor outra dinâmica à visualização da informação audiovisual ou multimédia.

A atualização dos conteúdos da página não é só nas temáticas principais. Ele juntamente com o editor executivo preocupam-se com outros detalhes da página, principalmente no que diz respeito aos destaques secundários. As galerias, os vídeos, os conteúdos menos atualizados são alterados por eles de forma “a dar mais vida ao site”.

A morte do jovem universitário é uma grande aposta para o dia de hoje, até para o online. Destacaram uma equipa logo pela manhã que fez não só a reportagem para o site mas também conseguiu fotografias e vídeo do funeral. Assim que chegou à redação de imediato um dos jornalistas que mais edita vídeos dirigiu-se para a ilha de edição e montou o vídeo de 1 minuto e meio. Em paralelo com a atualização ao minuto da queima o jornal fez manchete com a notícia do funeral. Mais nenhum jornal continuou

com o seguimento desta notícia e mostra mais uma vez a capacidade de mobilização deste jornal para a informação mais local.

## **Dia 2**

Uma das notícias parte de um movimento nas redes sociais. Um grupo de adeptos do Benfica organizou uma mensagem num avião e a editora sugere que se siga de onde partiu essa iniciativa. Mas tudo partiu de uma organização de pessoas no facebook. Quem revela este facto foi o editor do online que verifica com alguma frequência as redes sociais e os movimentos que se formam nas redes. Ele dá também um outro contributo: uma imagem de Bangladesh que circula nas redes de forma viral retrata o último abraço de um casal antes de um desmoroamento. A fotografia foi publicada no Times, mas o editor do online já contactou a fotógrafa para fazer algo a partir do contacto.

## **Dia 4**

A equipa do desporto trabalha assim, mas isso não impede que não façam coisas para o online. Quer o editor quer os outros jornalistas se perceberem que têm alguma coisa que pode ir para o site avisam de imediato o responsável de hoje do núcleo.

Já a equipa do online trabalha a outro ritmo, trabalha de outra forma. A rotina de trabalho já está imposta e já sabem como reagir às atualizações constantes que vão chegando das televisões e claro dos seus jornalistas no terreno. Não se poupam a esforços e querem estar em todas as frentes neste jogo. Daí que tenham enviado uma equipa “sua”, muito própria do trabalho que o online costuma desenvolver, para cobrir o terreno.

No site já há muito que se lê o minuto a minuto. É algo que o Jornal de Notícias já costuma fazer (como aliás vimos esta mesma semana com o cortejo da queima das fitas do Porto). Quando isso acontece o esquema é sempre o mesmo: para a pessoa que está na redação a fazer a atualização do site para o jogo, uma outra pessoa cobre a restante atualidade para que nada seja deixado de fora e porque “tens sempre muitas coisas a acontecer”, diz.

No terreno a pessoa que está a trabalhar para o desporto com a claque vai enviando mensagens eletrónicas ou telefonando dando atualizações ao minuto do que está a

acontecer à sua volta. Tem mais duas pessoas no terreno e já próximas do estádio do Dragão: uma pessoa tem a responsabilidade só de filmar – fora do estádio – imagens de ambiente para depois tentarem fazer uma peça com isso; a outra pessoa munida com um Iphone vai alimentando o telefone do editor, que não pára de receber chamadas e SMS, com fotografias para que o editor consiga ao mesmo tempo que atualiza o minuto a minuto juntar uma fotografia do que está a acontecer.

São duas pessoas que apesar de não terem muita experiência neste tipo de eventos, foi-lhes dado alguma orientação sobre posicionamento, cuidados a ter, ângulos para as fotografias, de forma a prepará-los para o que iria acontecer, dentro e fora do estádio.

Um dos jornalistas lamenta que não cheguem mais informações, especialmente da Lusa que antes produzia e contribuía muito mais. Hoje por exemplo só forneceu duas notícias que eles pudessem aproveitar, o que é muito pouco para um dia inteiro de trabalho.

#### **Dia 5**

O canal acabou por ser apenas uma “evolução do vídeo que já se estava a fazer na área multimédia, mas agora com um local próprio, apoiado num conceito e apresentação”. Outros dizem que se trata de “uma visão *premium* de vídeo do JN” e ainda ouvimos dizer que “muda apenas a organização programática e visual”.

Não basta só pensar no vídeo e esperar que a receita resulte. O editor multiplataforma disse-nos que hoje “as pessoas querem consumir a informação em movimento” daí que seja tão importante para os jornais apostarem não só em conteúdo vídeo, mas também nas plataformas que vão ajudar a dar movimento aos conteúdos jornalísticos, como é o caso dos tablets e dos smartphones.

#### **Dia 8**

Seguindo a lógica de mercado e de vendas um dos jornalistas confia-nos que “às vezes temos que dar primazia às cidades onde vendemos mais e não há nenhum argumento contra isso”. Pois as histórias que “não têm território ou onde o JN vende pouco” poderão não chegar às páginas do jornal. Mesmo assim, os leitores ainda reagem ao JN. Ligam para a redação, enviam emails e os jornalistas despertam ações muito antes de serem noticiadas. Um dos jornalistas conta-nos um caso de uma situação

denunciada por habitantes de uma vila e o JN foi ao terreno, falou com todos os intervenientes, incluindo o autarca da região, que confirmava essa situação.

Por força da atualidade, a história não saiu imediatamente e ficou guardada por dois dias. Não chegou às bancas pois o problema foi imediatamente resolvido.

Apesar da questão espacial ter mudado, isso não parece ter afetado a forma como as seções trabalham, pelo menos no que diz respeito ao local. De facto, a estrutura em círculo veio “permitir uma melhor intercomunicação entre os editores executivos e os elementos da direção, mas o ideal era que estivessem todos na mesa e isso só acontece com alguns”.

Os editores executivos não estão estáticos nas cadeiras. Levantam-se, recebem a sua equipa, questionam-se uns aos outros. A disposição, segundo o editor do local, não é determinada por isso. Acredita que a “equipa vale por si, pelas suas capacidades versáteis e por serem comprometidos com o seu trabalho”.

## **Dia 9**

Durante o dia de hoje e quando se sucedeu um acidente no Metro do Porto a equipa do online acionou logo os meios para a cobertura do incidente, mas faltavam pessoas para, por exemplo, fazer vídeo. A informação chegou ao editor do online de manhã cedo pela jornalista de piquete e imediatamente acionaram a equipa do online. Só depois passaram a informação para as regiões que assim que chegaram à redação movimentaram-se nos contactos e com uma visita ao local.

## **Os jornalistas: papéis, cultura e geração**

### **Dia 2**

Mas há um elemento diferenciador nesta equipa. Ele é jornalista desde que se lembra e começou quando ainda não havia cursos. Lembra com saudade o motivo pelo qual começou: ir atrás das histórias. Este jornalista começou na rádio e ainda hoje não consegue abandonar. É jornalista da TSF há mais de 20 anos e diz que “este não é o único trabalho que tem”.

Foi recrutado para o jornal pelo Emídio Rangel e teria, contou-nos, uma função muito específica: encontrar boas histórias. Hoje já não faz muito isso. Acha que o jornal se

tornou sedentário na procura por ser diferente. Acha que o Jornal não deve ser isto, deve apostar e “procurar histórias que façam a diferença para o leitor”.

Conta-nos também que o compromisso com o leitor deve ser maior e a preocupação do jornalista não deve ser em fechar o mais cedo possível, mas sim em ter bons conteúdos e fazer do jornal o melhor que conseguirem.

Este jornalista já tem olho clínico. Frequentemente durante o seu dia ele “corre os jornais e a internet à procura de pormenores que lhe possam dar uma boa história”. Acredita que o futuro dos jornais em papel passam pela especialização, um pouco como quando começou em que havia jornalistas especialistas em cada área. Ele desde cedo soube que aquilo em que era bom era procurar histórias de interesse, e desde então não parou.

O seu dia divide-se entre elaborar a agenda, se bem que admita que já não tem muita paciência para esse trabalho mais monótono. Ele gosta de ir atrás dos pormenores. Daí que quando lhe pediram para fazer um “radar pelos outros jornais” ele tenha encarado isso como um prolongamento do que já fazia.

Admite no entanto que hoje é mais raro conseguirem boas histórias, verdadeiramente jornalísticas. Tantos anos de profissão e ao olhar para os jornais de hoje sabe que grande parte limita-se a seguir a atualidade. A agenda condiciona isso mesmo: a agenda que o Jornal de Notícias tem acesso é a mesma dos outros jornais. Por isso, se o jornalista não for atrás da notícia o que é que o vai diferenciar? Sabe que é difícil para a direção arriscar em ser diferente, pois argumenta-se frequentemente que isso poderá fazer com que se deixe para trás certos assuntos da atualidade. Mas mesmo assim defende que isso seria melhor ao que temos agora.

Aconteceu precisamente o que estamos a falar numa das edições desta semana. Na agenda estava previsto um serviço e assinalava a distribuição de alimentos aos trabalhadores da carris. O jornalista de imediato achou que aqui podia haver algo mais e não estava enganado. A manchete do Jornal de Notícias desse dia, e note-se que mais nenhum jornal agarrou neste assunto, era que quatro motoristas passam fome. O bom jornalismo, o de investigação, o que segue a história e as suas personagens esteve vivo e bem vivo nesse dia.

Contrariamente aos outros jornais, em que são os próprios editores a fazer “a ronda pelos jornais” aqui é este jornalista que faz, mas julga que a razão está na “preguiça dos restantes em vir mais cedo e ler os jornais”. Mas não se importa, sempre lhe dá espaço para descobrir coisas que mais ninguém descobre. Ele também faz a ronda pelos jornais online. E normalmente passa essa informação ao editor do online para o caso de haver algum caso que ainda não esteja no site, mas confessa que deixa esse trabalho mais para a equipa do online.

Já quanto à editora executiva adjunta que dirigiu a reunião da manhã fomos falar com ela e perceber qual o seu trabalho. Faz parte da equipa de editores executivos adjuntos, que são os antigos chefes de redação, tendo um editor executivo principal.

Estes editores executivos, como vimos acontecer hoje de manhã, dirigem as reuniões da manhã se tiverem dirigido a reunião da tarde do dia anterior. Resta depois ao editor executivo fazer a reunião de fecho. Como no dia de amanhã a mesma executiva estará a dirigir a reunião da manhã, o dia de hoje terminará com a reunião de planeamento da tarde. Há um fluxo de movimentações nos editores que lhes permite uma rotatividade maior também.

Diz que normalmente na reunião segue-se pelo que foi planeado no dia anterior e leva sempre o plano do dia, onde cada um dos editores tem acesso ao número de páginas para a respetiva secção. O espaço da publicidade também transita para este planeamento podendo ser mudada consoante o espaço dedicado aos conteúdos noticiosos.

É jornalista há muito tempo. Foi jornalista no Diário de Notícias durante 12 anos, mas identifica-se mais com o Jornal de Notícias por ser um jornal mais de terreno, “mais de reportagem e que vai ao encontro do leitor”. Afirma que o jornal ainda tem espaço para a reportagem, “o género mais nobre do jornalismo” e que ainda se assiste à recuperação desse perfil. Enquanto os outros jornais, são “mais frios nesse aspeto”, mais distantes e fazem um “jornalismo à secretária”.

Nota-se no olhar que tem saudades de sair para o terreno. Quando lhe perguntei com que frequência produzia conteúdos para o jornal, apesar do sorriso, os olhos lembravam a saudade do jornalismo de rua. Conta que o que faz mais agora são as entrevistas, do estilo pergunta – resposta, e pouco mais.

Há ainda muita aposta na linha editorial na reportagem e vem muitas vezes chamada a manchete do jornal e ainda como conteúdo diferenciador dos restantes onde se nota um claro decréscimo de investimento neste género jornalístico. Ter produtos especializados e diferenciadores poderá ser uma mais-valia até para o online na restrição de conteúdos ou acesso através do modelo pago.

A ligação ao leitor é quase uma tradição no Jornal de Notícias. Famílias de todo o norte habituaram-se a ler o JN em toda a parte e a identificarem-se com ele, conta a jornalista. Lembra que ainda durante o fim-de-semana recebeu um telefonema, e depois um email, de uma moradora de Aveiro a denunciar um local com infestação de ratos que está sob a alçada de um organismo regulador. Diz a jornalista que “não podemos fazer muito a não ser investigar. Mas é bom que o leitor se lembre de nós”.

A sua função é central e concentra a sua actividade na mesa oval. Quando lhe perguntei o que achava da funcionalidade desta nova configuração, hesitou e não me deu uma resposta franca. Disse apenas que “é suposto facilitar o fluxo de informação e melhorar a comunicação com a equipa”. Pareceu desvalorizar um pouco a disposição da redação, mas sem se comprometer.

Afirma também que grande parte do seu trabalho é de coordenação entre as várias equipas: desde os jornalistas, aos editores de cada área, até aos executivos. Caracteriza o seu papel como “a pessoa que faz a ponte” entre o lado de lá da sala e a mesa.

A cada editor de área compete a revisão dos textos e dos conteúdos produzidos pelos jornalistas da sua equipa. Quando os produtos chegam até aos editores executivos já se encontram “na recta final do processo” e o contributo que vai dar é mais de organização e coordenação para o fecho da edição do dia. Eles são aliás “a última etapa do processo”, diz.

Para o online não produz muito, ou melhor quase nada já que a sua concentração é maioritariamente no papel. Salaria que quando há uma notícia de última hora cabe a ela organizar o pessoal e os recursos necessários à operacionalização. Também faz essa ponte quando alguma secção tem algo muito específico para o online, mas é raro, conta.

Não produz para mais nenhum meio do grupo. E não lamenta esse facto. Argumenta que se identifica mais com este, até com as próprias políticas editoriais. Mas não é contra os jornalistas que operam em outros meios de comunicação e diz que até é bastante

frequente partilharem correspondentes no estrangeiro. Aliás, já um dos membros da direção havia referido que há algum tempo foi correspondente para o Jornal de Notícias e para o Diário de Notícias, por se encontrar num sítio remoto e por fazer parte do mesmo grupo. O conteúdo era no entanto diferenciado sendo aproveitado a grosso modo pelos dois meios de comunicação.

O mesmo acontecia com o jornal O Jogo, onde era frequente a partilha de recursos e de equipas, pelo menos até a equipa de desporto do Jornal de Notícias se mudar por inteiro para o mesmo espaço do jornal.

### **Dia 3**

A função de ser editor executivo Multiplataforma na verdade implica que ele desenvolva o seu trabalho em diversas frentes: o site dá a todos um grande trabalho e ocupa grande parte das suas preocupações. Além disso, conta-se a gestão e coordenação das redes sociais, dos conteúdos para os aparelhos móveis, o desenvolvimento para a área de multimédia e da elaboração de conteúdos para o papel.

Muitas funções, convergentes, que integram diversas plataformas, diversos elementos no que diz respeito aos conteúdos – texto, fotografia, infografia, multimédia – concentrados numa equipa reduzida.

Lembra que em 2010 alertou o Jornal para a necessidade de um gestor de comunidades. Hoje em dia o Jornal de Notícias tem uma colaboradora que gere as redes sociais e os comentários das redes, ainda que muitas vezes os editores lhe liguem com acontecimentos de última hora que tem que colocar no facebook. Tem uma grande autonomia no decurso do seu trabalho e conta com a indicação e ajuda dos editores do online.

Já com os comentários no site é um assunto diferente. O editor durante muito tempo defendeu que nem todas as notícias deviam ser abertas a comentários e que aquelas que fossem deviam ter um controlo. No entanto, com a evolução dos comentários online, a direção decidiu que seriam totalmente abertos. A única opção que lhes resta é denúncia dos comentários, correndo sempre o risco do delay entre a publicação e a gestão.

As redes e os aparelhos móveis não são uma prioridade para a direção do Jornal e do grupo, pelo menos para já. Mas o editor preocupa-se que isto não esteja a ser feito

agora. O jornal apenas deposita os conteúdos que são iguais aos do jornal e a única alteração que podem fazer é em definir as matérias que entra ou as que saem. Nada mais é planeado em termos de difusão móvel.

O grande problema, afirma o editor, é que ainda não se percebeu que sim, os sites são importantes, mas a informação hoje é consumida em movimento pelo que não faz sentido pensar na informação e na sua difusão sem contemplar os dispositivos móveis.

Não acredito nos conteúdos pagos, ou no acesso restrito a alguns conteúdos. O Jornal de Notícias atualmente apenas tem fechado a versão e-paper do jornal. Mas como estratégia de negócio o editor não acha que deva mudar. O público não vai estar disposto a pagar por um conteúdo a não ser que ele seja excepcionalmente bom. E para ter um conteúdo excelente é preciso ter jornalistas excelentes que produzam notícias de alta qualidade e isso inclui também conteúdos convergentes. Afirma que “o new York times não é exemplo para Portugal”, mas se o conteúdo é para ser pago então “fecha-se tudo”. Ter jornalistas excepcionais requer também uma profunda renovação de mentalidades que obriguem a pensar nos conteúdos de outra forma.

Ao fazer um retrato da redação considera que há muitos jornalistas polivalentes, mas que o mais importante é destacar as pessoas certas para os assuntos certos. Têm muita gente na redação que é capaz de desenvolver vários trabalhos ao mesmo tempo, mas afirma que isso pode não interessar para a notícia pois “temos que adequar o perfil do jornalista à especificidade da notícia”. Refere ainda que tem uma jornalista em Lisboa que reúne todas as condições de uma jornalista polivalente: escreve bem, sabe captar e tirar fotografias e editar. Mas o seu contrato é de colaboradora e por essa razão nem sempre lhe pede para fazer tudo, pois não acha justo.

Depois há os jornalistas que têm mais limitações e ele sabe quem são. Não lhes vai pedir certamente para desenvolverem certo tipo de trabalhos. Identifica como a maior limitação a capacidade de edição em vídeo. “Há poucas pessoas que sabem fazer isso” e acaba por limitar alguns trabalhos tendo em conta esta limitação.

Quanto a uma maior concentração de jornalistas na redação, o editor considera que no Jornal de Notícias ainda se faz muito jornalismo na rua. Os jornalistas saem com muita frequência da redação e ainda continuam a privilegiar essa forma de trabalhar. Admite e sabe que não é a mesma postura de outros jornais, mas o JN ainda é assim. Na mesma

medida afirma que na sua opinião deviam sair ainda mais, pois é no terreno que se consegue os melhores trabalhos, mas julga que a redação não é sedentária ou presa à secretaria.

Considera que o futuro do modelo negócio passaria muito mais facilmente pela venda de aplicações específicas, tendo em conta que a informação está sempre a circular, o consumo faz-se em movimento e há um nítido excesso de informação. A título de exemplo nomeou a venda de aplicações que agrupassem as notícias mais lidas da semana.

#### **Dia 4**

Ao fazer um retrato dos jornalistas da redação julga que “não há resistência ao online. Se houver é por mera incompetência do jornalista que ainda não se mobilizou para isso.”. Acredita que hoje já não faz sentido pensar de outra forma. Ele próprio achava no início que o online não era uma coisa assim tão importante mas não demorou muito tempo a perceber que não era bem assim.

Considera que os jornalistas do Jornal de Notícias são polivalentes, mas não tanto na parte técnica. São mais polivalente nas temáticas pois há grandes possibilidades de um jornalista conseguir cobrir várias áreas. Isso é muito bom para o jornal pois permite gerir os recursos humanos do jornal de outra forma. Lembra que ainda há os que se especializam e também são importantes para o jornal, mas o que se regista cada vez mais é um crescimento na polivalência temática. Diz o editor que “podemos ter a sociedade no local ou vice-versa.”

Mas a formação técnica não está esquecida. A equipa do online “é capaz de ser a equipa que o faz com maior frequência mas a natureza do seu trabalho também a isso obriga”. Mas para situações conjunturais – por exemplo, eleições ou campeonatos – é comum a empresa dar formação para que tenham a melhor e mais especializada equipa a cobrir o evento em diversas frentes.

#### **Dia 5**

A secção de segurança quase que parece que trabalha num círculo próprio e autónomo. Estão ao centro da sala, mas nenhum dos editores se senta na mesa central. Reúnem muitas vezes numa mesa – curiosamente também circular – atrás da sua, mas estão

habitados a esta configuração, uma vez que “antes estávamos todos juntos com a equipa do Grande Porto”.

Na redação do Porto contam-se cinco jornalistas e três em Lisboa, mas “os correspondentes são muitos e espalhados pelo País”. O dia começa com as rondas telefónicas pela GNR, alguns diretamente para os gabinetes de relações públicas, mas em geral têm que se fazer valer dos “militares mais simpáticos e acessíveis” que já vamos conhecendo.

Estabelece-se uma relação “difícil mas de confiança pois estamos a falar de fontes que por vezes são difíceis de gerir”. Talvez sejam das fontes mais susceptíveis, mas porque têm mais constrangimentos legais que as demais. Daí que também na hora de se ausentarem da redação, a pressa seja a pior inimiga da equipa do online: “não podemos estar à espera do online pois às vezes recebemos a indicação e temos que ir logo não podemos ficar à espera do aparato tecnológico”. Também refere que os jornalistas sabem que “o online ainda não é rentável e todos sabemos isso” e causa percepções erradas quanto ao grau de compromisso com cada área.

Quando perguntamos a este jornalista da área de segurança se estavam sub-divididos por áreas respondeu prontamente “vamos a tudo”, pois apenas há um dos jornalistas que é mais vocacionado para a área de direito. Alega que depois da redação ter sido reconfigurada não mudou muito o que já faziam pois a “estrutura é meramente física” e em nada afeta o seu dia.

Aponta para a mesa central como “os que tomam as decisões”, embora a segurança seja muito autosuficiente. Diz que apesar de colaborarem pouco com o online, há “muita coisa morre aqui, mas eu não sou o especialista” e que acaba por não ir para o site. Também não costuma fazer vídeos, mas “já não é a primeira vez que faço fotografia no local”, diz empunhando o seu Iphone. Alega que é este instrumento de trabalho que lhe permite fazer muito mais do que quando começou como jornalista.

O seu dia a dia é pautado por muitos julgamentos e “normalmente vão à primeira sessão e falam com os advogados para mais tarde fazerem os chamados ‘follow-up’”. Os casos ganham naturalmente outra dimensão “quando são mediáticos”, mas essa escolha é realizada recorrendo a uma visão editorial.

Lamenta ter perdido tantas páginas no jornal, mas o mais preocupante e o que os deixa mais desgastados é a concorrência, maior parte das vezes, desleal. Relembrem que saem para serviços, com os colegas de outros jornais, para no dia seguinte verem citações ou exclusivos que nunca existiram. A falta de ética jornalística acaba por "minar o seu trabalho e de causar uma má imagem da classe jornalística".

## **Dia 6**

Um retrato destes faz-nos pensar que talvez a figura do jornalista polivalente não seja tão ausente como até aqui pensávamos. Estes jornalistas parece encaixar precisamente nesse perfil. O jornalista afirma que neste momento os jornalistas, de uma forma geral, têm duas formas de se afirmar: se por um lado podemos ter um jornalista que é especializado numa determinada área, que não é só bom, é excelente e é recrutado pelo jornal precisamente porque domina esse campo, do outro lado temos o jornalista que se quer sobreviver, tem que se adaptar. Será neste último que o jornalista polivalente se enquadra.

Na verdade, o jornalista diz-nos que não há outra saída para estes profissionais e da maneira como as coisas estão, simplesmente não é possível recusar fazer ou aprender outros ofícios além dos que estava habituado a fazer.

Sob o risco de ser substituíveis, no JN faz-se um pouco de tudo. Há sempre os que resistem um pouco mais, os que se recusam a ver ou os que preferem ficar agarrados ao que aprenderam durante tantos anos, pois é o que estão habituados. A mudança é difícil, mais para uns do que para outros, mas independentemente das dificuldades, o trabalho tem que valer por si, não há espaço para fazer as coisas pela metade ou "como se fazia antigamente".

Também do ponto de vista do negócio é apetecível, e a lógica do mercado aponta para isso mesmo, como inevitável, apostar no jornalista que faz um pouco de tudo, do que manter ou pagar a vários especialistas. Deve-se evitar a diminuição do trabalho que é produzido coletivamente pois, considera o jornalista, há uma perda "substancial na qualidade do produto final".

Muitos recusam a ideia que se propagou pela redação de "antigamente é que era, antigamente é que se fazia bom jornalismo porque saíamos e íamos para a rua". Hoje em dia, com tanta abertura, no campo tecnológico, empresarial e profissional, é difícil,

senão impossível fazer as coisas da mesma forma. E esta é a resistência mais materializada pela cristalização dos 125 anos que o jornal conta.

Muitos dos jornalistas mais velhos da redação são contra o “jornalismo de secretária” pois não o encaram como um trabalho sério e coloca-los a executar outras funções diferentes das que têm vindo a desempenhar ao longo dos anos “é desloca-los da zona de conforto”, conta um dos jornalistas do online.

Muitos esquecem-se que os jornalistas desta equipa são “curadores de notícias” e que isso não é mau, pois garante a plataforma que é a extensão e imagem do jornal para que todos trabalham.

### **Dia 7**

As separações na redação acabam por se transformar em vértices separados uns dos outros. Para um nível ideal de integração esta separação deveria resultar num esforço conjunto de partilha e comunicação e “talvez isso aproximasse mais o papel e o online”, refere o jornalista. E, com consequência última desta separação, é que há “uma divergência no produto final que em vez de se complementar, cria fossos de linguagens distintos”.

Não quer com isto dizer que deveria ser tudo feito por um só jornalista polivalente. O jornalista não esconde que é essencial a separação de funções sob o risco das coisas não serem bem-feitas. As linguagens da fotografia e da imagem, por exemplo, são tão distintas que “nem devem ser misturadas”, embora acredite que há quem consiga fazer as duas coisas bem. Pensar em acrescentar mais uma função seria, “impensável”.

### **Dia 8**

Estes jornalistas da área local falam de uma polivalência não só técnica mas de conteúdo também. São capazes de escrever para local, para a sociedade e até para a política, “às vezes até melhor do que os que lá estão”, afirma um dos jornalistas, porque o seu trabalho é duro, muito duro.

Trabalham mais horas que os outros. Ausentam-se muito da redação. E tiveram a capacidade de se adaptar de uma forma extraordinária. O editor diz que “trabalha com a melhor equipa do jornal”. O facto de se ausentarem muito da redação e o contacto

próximo com as suas fontes, permite-lhe, segundo um dos jornalistas do local, “uma visão mais próxima da realidade”, que de outra forma sairia minada.

Quando questionado que retrato faria da sua equipa assume sem dificuldade que são “muito polivalente por todas estas razões que enumerei”. Infelizmente os constrangimentos financeiros que todos os jornais têm vindo a sofrer alterou a forma como todos estavam habituados a trabalhar.

Provocou também uma rutura na postura e na atualização do seu trabalho. Diz o jornalista que quem não se atualizou e quem não faz o esforço de se renovar “já perdeu o comboio”.

Estes jornalistas, habituados à pressão e ao trabalho que exige versatilidade, têm que ser bons e têm que se atualizar. Também ainda guardam muito do seu trabalho para a reportagem e para a informação com profundidade. Diz um dos jornalistas, em tom de brincadeira, que “quem nunca passou pelo local não é bom jornalista”.

Foram também os constrangimentos financeiros que determinaram a redução de páginas do local de 24 para 8 o que dificultou muitos processos. A luta pelas páginas tornou-se feroz, com cada um a lutar por um pedacinho de texto, muitas vezes reduzidos a breves. Tornou também a tarefa de seleção muito mais difícil e criteriosa, mas talvez isso tenha provocado um afastamento dos leitores.

## **Dia 9**

Uma das jornalistas do Local diz não acreditar no jornalista polivalente. Diz prontamente: “para mim um jornalista tem que ouvir, perguntar e registar”. Tudo o que se afaste destas funções acabam por distanciar o jornalista do seu trabalho principal e como consequência mais grave desse trabalho é a inevitável perda de qualidade do trabalho a que se propôs inicialmente. Daí que acredite que os conteúdos convergentes devem ser feitos por profissionais diferentes, cada um bom e “especialista na sua área”. Considera importante a presença deste tipo de conteúdos, mas não nega que não sejam a sua prioridade.

Lamenta no entanto o espaço do jornal seja cada vez menor. O local sempre foi uma área muito importante deste jornal e havia na verdade uma grande identificação dos leitores com a informação do grande distrito ou de uma outra qualquer cidade do norte.

Não é por acaso que havia quatro edições diferentes do Jornal de Notícias pelo País e que cobriam notícias que locais remotos e que mais ninguém cobria.

Isso perdeu-se e foi esta secção que mais sentiu os efeitos colaterais dessa perda. Não só viram o espaço a ser reduzido no papel, mas a terem que ser muito seletivos no que vão publicar, “muitas vezes reduzido a breves ou foto-legenda”. A jornalista afirma também que “as boas histórias precisam de espaço, espaço que o jornal perdeu para a publicidade ou para outras seções”. Mesmo assim, estes jornalistas continuam na procura pela informação de proximidade, aquela que interessa ao leitor e na opinião da jornalista “esta é uma secção especial que já provou a este jornal que é capaz de fazer de tudo”.

## **Dia 10**

O seu percurso enquanto freelancer fez com que se adaptasse a diversas situações. Desde o seu começo no Comércio do Porto aprendeu que “o jornalista não é notícia”, daí que o que mais o incomodou em tudo isto foi a exposição da sua imagem. Por iniciativa própria não voltaria a fazer o mesmo, mas tem consciência da necessidade que os jornais, em papel, têm que resgatar este tipo de formatos.

Enquanto freelancer também trabalha muito para o online. No caso do Jornal de Notícias “é hábito colocar os conteúdos em back office e depois o editor publica”, mas foi a experiência com a FIFA que o rotinizou no trabalho com a plataforma online: “edito todo o tipo de conteúdo da página e organizo as fotografias, vídeos e textos”.

Lembra o tempo em que se iniciou no jornalismo e do tempo e da organização das seções. “Havia tempo para tanta coisa: chegar ao jornal, ler a concorrência, escrever o nosso trabalho e lembro-me tão bem do tempo que podíamos passar no contacto com as nossas fontes. Isso hoje é quase impensável”. Acredita que este trabalho em específico ganhou mais com a introdução do vídeo, porque apesar de se considerar “um velho do Restelo”, acredita que o “vídeo é muito importante na comunicação dos jornais em papel e que as pessoas hoje preferem ver um vídeo do que ler um artigo de 3 mil caracteres”. Na sua opinião os jornalistas têm que saber adaptar-se a diferentes circunstâncias e responder às necessidades que hoje os jornais demandam.

A expressão dos próprios jornais mudou, para um tempo e necessidades muito mais rápidas que até então.

Não lhe resta outra solução. Já não há “tempo para a especialização porque a nossa atenção acaba por estar dispersa por várias coisas e todas a acontecer ao mesmo tempo”. Deu até o exemplo do jornal desportivo a Bola, em que os jornalistas já têm que ser polivalentes ao ponto de fazer um pouco de tudo, “até segurar numa câmara”, conta.

## **Dia 11**

São colaboradores do jornal que apesar de não estarem na redação, trabalham imenso, “vestem a camisola”, diz o diretor adjunto e conta até que o próprio diretor não tem dúvida do valor que eles trazem para o jornal. Talvez nem sempre sejam entendidos pela redação, precisamente por estarem lá fora e que “no turbilhão de um dia normal de uma redação são por vezes esquecidos”.

Estas pessoas são JN e são a base de muito do trabalho da maior secção do jornal em papel, mesmo contabilizando os cortes que tem vindo a sofrer nos últimos anos: “O pessoal que está no terreno são pessoas muito disponíveis que conhecem bem a sua localidade e sabem como fazer o seu trabalho”. Provam todos os dias que o seu trabalho é importante mas na redação só são lembrados “quando conseguem boas histórias”.

A política e o local são duas áreas que estão muito relacionadas uma com a outra. Nunca foi intenção do Jornal de Notícias ter uma raiz editorial marcadamente política, como acontece em outros jornais, mas não podem deixar de tratar a política. No entanto, tentam fazer com que o tratamento que dão ao local seja o mesmo que dão ao nacional ou então, através dos correspondentes e quando estão a tratar de um assunto de política nacional, tentar sempre incluir um cunho de cariz local.

O diretor conta também que tenta sempre que pode, nem que seja através de um telefonema, valorizar o trabalho destes correspondentes, para que eles sintam que fazem sempre parte deste jornal e que são necessários. A sua relação com o online tem sido cada vez maior já que têm vindo a fazer um investimento em equipamento próprio de forma a conseguir responder às necessidades da equipa editorial do site.

Quando entram para o jornal há um questionário para avaliar “o estado da arte” em termos de equipamento para que o jornal saiba com o que pode contar. Relata que há um correspondente em Braga que sempre que pode e tem registo de acidentes, tira fotografias e envia para o online. Também sempre que é possível dão formação a estes correspondentes para que aprendam a filmar ou editar.

São mais de 100 colaboradores com idades compreendidas entre os 20 e os 25 anos e a maior valia deste corpo é que trabalham para todo o jornal e não apenas para uma determinada área. Culturalmente a grande parte está habituada a fazer as coisas de uma determinada maneira, mas muitos vão-se adaptando e já perceberam as necessidades que um site como o do JN necessita. Mas continua a ser difícil para muitos “por uma questão cultural” de se agarrarem a fórmulas já ultrapassadas.

Apesar do local ter perdido algumas páginas isso trouxe outras questões. Admite que agora as edições de páginas são mais desafiantes e que “têm que editar tudo ao pormenor, têm que ser mais inteligentes na forma como agrupam a informação e menos óbvios na concepção da página”. De certa forma, esta “arrumação da página acabou por facilitar a leitura a quem consome, mas a trazer uma dificuldade acrescida para quem tem que editar”. Na área da política o jornal conta apenas com 6 pessoas que por força do trabalho que os correspondentes já desenvolvem no terreno, olham mais para os assuntos nacionais.

## **Dia 12**

A rede de colaboradores tem sido mencionada por grande parte dos jornalistas deste jornal e isso tem uma razão. Para além do JN ser conhecido por ter uma grande rede de colaboradores por todo o país, eles não são apenas colaboradores, eles são Jornal de Notícias. Há uma forte ligação a estes profissionais que “no terreno nos trazem confiança e rigor”, sem comparação possível.

Muitos dizem que alguns destes correspondentes – a maior parte – percebem melhor as necessidades do online do que muitos dos jornalistas da redação do Porto. São os que estão no terreno que escrevem, fotografam e editam e enviam tudo isso para o site. São os mais polivalentes e os mais conscientes das necessidades que o jornal tem na sua plataforma web.

Diz uma das jornalistas do online que “apesar de nunca nos termos conhecido pessoalmente, sei que posso confiar na informação que me chega do terreno”. Atribui isso à velha experiência de ser jornalista, ou seja, quem está no terreno é quem dá a informação mais fiável, mesmo que nas televisões ou nas agências digam o contrário.

Pois se por um lado o entrosamento é grande, o distanciamento “dos que ainda não entenderam que isto será o que vai salvar o jornal no futuro” é ainda maior. Os

correspondentes não estão fisicamente na redação, mas não precisam de o fazer para perceber tudo o que os envolve.

Outra jornalista do online diz que “parte da resistência está na falta de comunicação, ou seja, o que eles não percebem é que muitas vezes basta dar a notícia e não estão a prejudicar o papel por causa disso”. Também desconhecem os processos, os tempos de execução e a ligação que é preciso ter para se trabalhar no online, muito por causa do hábito instalado de trabalhar para o papel.

## **Organização dos atores no espaço noticioso**

### **Dia 1**

Um dos diretores ocupa sempre o seu espaço na mesa central. Ele trabalha a par e par com um dos editores executivos do online ou não fosse ele um dos responsáveis pela organização da sala. Ele “acredita na integração”, mas está a par das divergências que pode suscitar.

No entanto, sabe que as tecnologias móveis são o futuro de qualquer modelo de negócio de informação e é um erro continuar a persistir em negar a sua importância. Essa é a vantagem deste jornal: ter na direção pessoas de visão do que o jornal ainda pode ser. Isso faz falta ao jornalismo e faz falta aos jornais em papel se quiserem sobreviver num modelo de negócio asfixiante.

A secção do online trabalha imenso. É responsável pelo Mundo do papel e concentra a sua atenção especialmente no site e na preparação de temas. Aliás há sempre um elemento que marca presença na reunião de final de tarde, que serve de preparação para a edição do dia seguinte, como planeador do que poderá “saltar para o online”, conta um dos diretores. A redação em Lisboa poderá produzir diretamente para o site que esta secção tiver sobrecarregada.

A equipa do online é grande e funciona também, claro está, por turnos. Há jornalistas que entram às 8 da manhã, outros às 11h, às 14h e os que ficam com o turno da noite entram às 18h, saindo da redação por volta das duas da manhã. Independentemente disso há sempre uma pessoa que o editor intitula de “pivot”, que basicamente coordena toda a equipa do online e a sua principal “preocupação é com o que está a acontecer no mundo, pesquisando as informações que vão chegando das agências, dos sites

internacionais, das rádios e das televisões e acaba por ser também o responsável por distribuir o trabalho pelos restantes colegas a fim de organizar melhor o trabalho.

Há uma concentração maior no online por parte desta equipa. O que vão produzir para o papel é geralmente assuntos ligados à área do internacional mas o seu foco de atenção é o site. O Photoshop está sempre aberto e é uma das ferramentas mais utilizadas pelos redatores e pelos editores. Conta um dos editores que “só não utilizam mais porque não há mais licenças disponíveis. Para isso quando alguém precisa temos um computador partilhado que tem o programa lá instalado”.

Atentos ao site e aos dados divulgados pelo netscope e pelo chartbeat os jornalistas do online vão acompanhando os dados libertados até para perceber como é que os leitores estão a consumir a informação e que notícias estão a ser acedidas. Notou-se claramente uma pressão por parte de um dos elementos da direção para assuntos que “obtenham cliques”, mas conta o editor que às vezes é difícil conseguir cliques sem “comprometer a linha editorial do jornal”. Ele, pessoalmente, é contra isso, mas admite que muitas vezes o jornal corre esse risco. Refere até a título de exemplo que o Público não o faz.

## **Dia 2**

A agenda do jornal é formada por cinco pessoas que se revezam em três turnos diferentes. Há uns que se concentram mais da parte da manhã, outros durante o dia e os que ficam com o horário mais ao final da tarde.

A sua função não difere muito da dos outros jornais e em nenhum outro foi verdadeiramente importante perceber a função de integração destes elementos que facilmente podem ser confundidos como “os que seguem a agenda da atualidade”. No Jornal de Notícias estes elementos parecem ter uma função que não detetámos em mais nenhum meio.

A pessoa responsável pela Agenda, que é também a pessoa que faz a ronda pelos outros diários avança duas novidades dos jornais económicos e há sempre alguma coisa que o Correio da Manhã noticia que mais ninguém consegue. Isto repete-se em quase todas as reuniões. O mais grave da ronda foi detetar uma notícia repetida em secções diferentes do Jornal de Notícias. A notícia era sobre o aperto aos imigrantes, por parte do primeiro-ministro inglês. Tratam-se de duas breves mas que aparecem replicadas na Sociedade e na secção Mundo.

O seu dia começa na noite anterior. As pessoas que estão com o último turno recebem e reúnem uma listagem de marcações de serviço que é fornecido pela agência Lusa, a agência estatal. A esta listagem juntam-se outras sugestões que partem dos principais editores, de correio eletrónico ou até de correio normal que, se tiver relevância, é acrescentado a essa listagem. No final da tarde há portanto uma “previsão do que vai acontecer no dia seguinte” e essa agenda é também levada para a reunião de planeamento.

Como se trata de uma lista muito extensa é necessário filtrar essas marcações de serviços, pois nem tudo interessa ao jornal. É aí que os editores de cada secção vão “fazer uma espécie de filtro”, conta o jornalista para que se reduza essa lista pelo menos para metade.

Com esse filtro os editores já fazem um planeamento do que vai ser necessário realizar no terreno e isso inclui também “a marcação de serviços fotográficos com a Global Imagens”, para terem a informação correta dos meios envolvidos em determinadas notícias.

Da parte da manhã os responsáveis pela agenda fazem também uma ronda telefónica pelos principais órgãos da proteção civil e bombeiros, enquanto as seções de Polícia e local contactam os órgãos da autoridade policial e os piquetes de serviço à procura de novidades que possam ter decorrido durante a noite ou até mesmo ao início da manhã.

### **Dia 3**

A mesa central é ocupada por um dos editores executivos responsáveis pela Multiplataforma do Jornal de Notícias. Não é por acaso que se senta mesmo ao lado do diretor adjunto que mais impulsiona a área multimédia e de plataformas integradas do jornal. Eles são uma equipa, ainda que um mais de chefia que o outro, mas juntos são “integradores” e parte integrante desta equipa do online.

O seu ar cansada de muitas horas de trabalho não nos fazia adivinhar a número absolutamente incrível de tarefas que lhe são entregues, que ele coordena e que tem que desenvolver, todos os dias, sem parar.

Afirmo, em tom de brincadeira, que já precisava de ser formatado, e ele não nega. Afirmo até que quando chega a casa prefere desligar-se do mundo das notícias,

consequência do constante bombardeamento a que está sujeito todos os dias. Acompanhar a atualidade ao segundo esgota e muitos jornalistas redirecionam até questões “menores” para ele.

Em 2007, em conjunto com o diretor adjunto desenhou o site do Jornal de Notícias tal como o conhecemos hoje. Refere que “os meus modelos são o publico.es ou outros grandes jornais espanhóis” e há regras que julga devem ser respeitadas ao máximo para que um diário digital tenha sucesso: tudo deve culminar para a clareza. Deve ser simples de navegar, deve estar ajustado para um fácil consumo e deve ser o mais limpo possível.

Ele sabe que foi isso que quis impor no Jornal de Notícias embora admita que hoje já tem algumas coisas a mais que não lhe agradam tanto.

A ser preparado está também o layout do canal de vídeo, já com as dimensões pensadas a funcionar dentro do estilo do Jornal.

O jornalista ainda produz alguns conteúdos para o site, mas a divisão entre o que produz e o que coordena é grande. Como editor grande parte da sua canalização vai para a edição de conteúdos, mas lembra que há dias que nem olha para o site quando a sua função diária não devia fugir disso. Mas é por esse motivo que na equipa do online há sempre um pivot, responsável por gerir o site – e no caso de dúvidas consulta o editor executivo – e uma espécie de adjunto que vai amparando esta gestão da web. Esta delegação de funções permite-lhe ausentar-se do site, mas não é por sua vontade. Vê-se a braços com telefonemas, emails constantes e questões técnicas para resolver.

Quando falamos em questões técnicas ele refere-se a “bugs, problemas de software, shares de facebook, erros” em que, à semelhança do que fez com o problema de visualização que a colaboradora reportou, ele tem que fazer o alerta, perceber o problemas, fazer a despistagem e muitas vezes resolver essas questões.

Parte da sua gestão também passa pelo papel. Muitos jornalistas, que já conseguiram perceber o papel e a importância que o online tem no seio do Jornal contactam o editor quando sabem de boas histórias. Histórias que mais ninguém tem, histórias que sejam próprias do jornal e que possam ter um potencial de desenvolvimento maior.

O jornalista em questão havia recebido um telefonema de um prédio onde viviam duas pessoas idosas e o cheiro que vinha do local era imenso. Logo acionaram meios para

investigar o que se estava a passar, quando todos julgavam já estar mortos. Não estavam, mas viviam em condições muito degradantes. O jornalista de imediato contactou o editor e questionou se aquela história seria para o online. O editor achou melhor, pelo impacto da história e já que mais ninguém tinha a mesma informação, guarda-la para a edição em papel.

#### **Dia 4**

Falamos com o chefe de redação, pois o seu lugar é mais ou menos central na mesa redonda central, mas o seu trabalho parece que muitas vezes é de bastidores. Hoje estava a fazer o fecho da edição e já gritava que “precisava de fechar as coisas mais cedo” por causa do polémico jogo.

Não parece acreditar muito na diferença da sala, pelo menos não na maneira como afeta o seu trabalho e a sua rotina. Acredita o seu trabalho não depende da configuração da sala, mas sim da evolução natural em coisas e principalmente na mente dos jornalistas. Demoraram algum tempo, mas finalmente admitem que o “papel sozinho não funciona e tem que caminhar a par e passo com o online”.

Além disso, pensa que a configuração sozinha não faz milagres, mas pode ser útil a estabelecer um melhor diálogo entre todos. Esse diálogo é sim uma consequência da integração que se faz sentir cada vez mais.

Fala de uma integração física. A sala mudou a posição das pessoas na sala, mas não propriamente a qualidade do seu trabalho. Lembra que ainda há muitos que deixam a desejar, mas percebe que modifica algumas coisas, especialmente para o online que agora “é uma secção integrada como a política, ou a sociedade e estão mais agrupados”.

Sabe também que tem um papel influente no seio do jornal e mesmo junto da direção. Há uma forte consciencialização das hierarquias no Jornal de Notícias e este editor parece gozar disso mesmo.

O seu trabalho é muito focado no jornal em papel. Diz que “O jornal não vai desaparecer mas reocupa um novo lugar na estrutura da redação”. Reconhece as limitações e as potencialidades quer do jornal quer do online mas não nega que a maioria das suas funções são direcionadas para o papel. E não o lamenta.

Se pudesse dividir diria que o seu dia é repartido pela “edição de textos, jornalista pois também produz – ainda que menos – e como ele de ligação aos diretores.” A sua ação é abrangente a muitas áreas mas é ao mesmo tempo é atomizada em núcleos, “pois tão depressa está numa reunião como logo a seguir está a resolver um problema com a secção de local”. Daí que seja difícil concentrar o seu papel a uma só função ou a uma só definição.

Quando começou no Jornal de Notícias era editor da secção Local mas há quatro anos que está na chefia de redação. Ocupa um lugar juntamente com os outros editores executivos das áreas, mas sem se concentrar particularmente em nenhuma.

A sua ligação mais profunda com o papel, admite sem preconceito, é porque sabe que é isso é o que tem maior viabilidade económica e que assegura a sustentabilidade financeira do jornal. “O online ainda não é suficiente e não sei se alguma vez será”, refere. Mas não tem muitas certezas também para o papel pois “não tenho a certeza que isto dure” no modelo económico em que se encontra.

A equipa do online tem uma organização e uma cadeia própria e ele não costuma interferir na sua orgânica. No entanto, quando há má formulação de conteúdos “ele tem olhar sobre as coisas” e quando a sugestão vem dele “há sempre o peso da hierarquia e as coisas são vistas de outra forma”.

Tenta, enquanto editor, ajudar o online no que pode mas “às vezes ele próprio esquece-se de contribuir para o online”. Mas faz um esforço por lembrar e articular com outros membros e jornalistas lembrando-lhe do que têm que fazer para o online. Também muitas vezes é responsável por organizar e distribuir os recursos necessários para cada notícia, seja destacamento de jornalistas ou organizar equipas.

## **Dia 6**

A equipa do online conta com um elemento muito importante no que respeita à área de multimédia. Miguel Coutinho está no jornal há 6 anos. Foi colaborador do Expresso e começou a interessar-se por vídeo e reportagem. Na faculdade começou o contacto mais técnico com a profissão que foi naturalmente alongada assim que começou a trabalhar. Percebeu que este era um nicho em que poderia apostar e assim fez. Hoje é um dos poucos da redação que faz tantas tarefas “quanto o meu corpo e a mente permitir”.

A sua colaboração com o jornal em papel é menor e conta que as suas tarefas se dividem por questões tão variadas e tão dispersas que às “vezes é difícil estabelecer um fio condutor ao seu trabalho”.

Confessa que gosta do jornal em papel, por várias razões, mas a dada altura da evolução do próprio jornalismo percebeu que “era necessário fazer uma inversão de sobrevivência”. O jornal em papel era muito apelativo, pois é um elemento que encerra a cristalização do jornalismo, com um princípio e um fim muito concretos. Assim que o jornal encerra, tudo termina e a validação e satisfação de ver um produto encerrado é quase automática. Já os sites são produtos intermináveis que nunca mais acabam e que dão voltas e voltas num ciclo ininterrupto que a dada altura já nem o jornalista sabe onde está o fio que desencadeou tudo isto.

Quando lhe pedimos uma descrição do seu dia-a-dia, referiu que é muito complicado arranjar um rotina porque “tanto posso estar a escrever um texto, a produzir um vídeo, a dar uma ajuda no set do JN, a tapar buracos de outros colegas que não dominam necessariamente tudo do vídeo, a realizar.”

A falta de orientação no seu dia faz com que o jornalista considera que a sua tarefa seja um pouco errática e que no final do dia não haja um “corpo uniforme de trabalho.” Consequência mais visível deste desalinho é que pode resultar num “minar de criatividade quando ela é mais necessária”.

## **Dia 7**

Fomos falar com alguns elementos que trabalham a componente vídeo para o site e também para o JN Live. Um dos colaboradores está no jornal há cerca de ano e meio depois de ter passado uma longa temporada na empresa Farol de ideias onde produzia muitos conteúdos vídeo, inclusive para a RTP. Ainda hoje trabalha como freelancer, mas é mais raro isso acontecer.

O seu ecrã é diferente dos demais e o seu posto de trabalho está “artilhado” com discos, portáteis e um ecrã Macintosh de última geração. O jornalista está muito à vontade na realização e na produção, mas também tem uma visão jornalística dos conteúdos, fruto do trabalho que desenvolveu na empresa anterior.

Conta que foi recrutado para o jornal pois estavam à procura de alguém que conseguisse trazer programação, numa espécie de “conteúdos de vídeo premium” do jornal.

Refere também que quando começou a sua colaboração com o jornal foi com o intuito de produzir conteúdos direcionados para a web e para o próprio formato, longe de conteúdos de televisão. Quando o leitor consome na internet, “tem que o fazer em pouco tempo e se um vídeo não é muito bom nos primeiros 15 segundos ou avança para o seu final ou simplesmente desliga”. Daí que o que lhe foi pedido foi que fizesse um produto de consumo rápido e simples e que a sua duração não seja superior a 2 ou 3 minutos.

Claro que há espaço para rubricas mais longas ou até mesmo o segmento da atualidade. No entanto, o jornalista acredita que o que o leitor quer, para consumo no local de trabalho ou até mesmo ao final do dia é algo que seja leve.

As solicitações para os trabalhos que faz surgem sempre da equipa do online. São raras as vezes que isso acontece. São os editores que lhe fazem chegar o que foi decidido em reunião ou o que está previsto na agenda ou, então, o “faro de uma notícia que possa resultar em vídeo” pode ser sugerida pelo próprio jornalista.

Deu o exemplo de eventos como as autárquicas. Aí toda a equipa desenvolve uma “espécie de plano de ataque” que envolve redirecionar esforços, organizar equipas, meios humanos e técnicos também para que tudo seja organizado da melhor forma possível. Fora disso, as indicações resultam de uma agenda aprovada em reunião e são vertidas diretamente de um dos três editores do online.

Quando o questionamos se a restante redação colaborava, afirmou que há “um fosso entre o online e as seções que se dedicam ao papel” pois é fácil “um jornalista cair na rotina ou acomodar-se a fazer sempre o mesmo”. A mudança assusta mais uns do que outros, mas de uma forma ou de outra todos passam por ela. O próprio jornalista, e olhando meramente para o campo técnico, sente constrangimentos sempre que tem que se adaptar a uma nova plataforma ou um novo software. Mas depende de cada um deles facilitar essa transição e saber lidar com os constrangimentos.

## **Dia 8**

Foi um dos editores mais novos a conseguir o cargo na redação, quando entrou há 15 anos. Entretanto, com as mudanças da estrutura e do espaço da redação assumiu “o

pelouro de editor executivo”. Também é ele que determina a abertura de secção, sempre com uma estratégia previamente delineada, mas que acaba por não ser tão preocupante já que conta “com a ajuda dos vários editores espalhados pelo país, mais os que estão presentes na redação”.

O Jn conta com várias delegações espalhadas um pouco mais a norte: Braga e Aveiro e depois Coimbra e Lisboa. Em cada uma das delegações o jornal tem jornalistas que fazem local e que assumem cargo de editor, precisamente pelo seu posicionamento no território e pela facilidade – eventualmente – de acesso às notícias dessas regiões. Também acabam por ter autonomia na construção da sua própria agenda através do sistema operativo de agenda do grupo, em que se vê as regiões divididas Norte, Porto e Sul.

Apesar de ser um adepto acérrimo de tecnologias, há qualquer coisa no papel que não consegue largar. Talvez seja a comodidade do próprio formato, talvez seja apenas a resistência à mudança a falar.

Hoje escreve menos do que gostaria e lamenta que assim seja pois o seu cargo torna-se muitas vezes um infundável ciclo de burocracias e de entreajudas à sua equipa.

A equipa do local é muito importante para o jornal porque é capaz de ser o elemento que “os distingue do principal concorrente, o Correio da Manhã”, diz um dos jornalistas. Não quer com isso dizer que o Correio da Manhã não seja muito bom a dar informação local, mas não privilegia a ligação ao noticiário de sociedade local ou regiões, como acontece no JN.

Desengane-se quem pensa que o local está apenas confinado “a uma perspectiva provinciana das notícias”, quando na verdade o objetivo é “dar uma visão mais cosmopolita das regiões e, em particular, da cidade do Porto”.

A relação ao local com o online acaba por ser o retrato das restantes áreas. Tudo o que é hard news vai para o site, e em especial o local “que é muito forte”, diz um dos jornalistas. Não parece haver uma ordem instalada. Tanto pode ser um dos elementos do online a fazer a notícia, como um dos jornalistas do local em back office e depois inserido por um da equipa online. No entanto, a diferença está “nos detalhes de uma determinada notícia. Se sabemos que há um ou outro pormenor importante e que mais ninguém tem, é imediatamente aproveitado para o papel”.

Depois ainda acresce a esta equipa do local ver a necessidade de acrescentar vídeo, infografia ou galeria fotográfica. Dá o exemplo de uma jornalista que hoje viajava numa autoestrada e ao assistir a um incêndio com um pesado de imediato fotografou e enviou para a redação.

## **Dia 10**

Alfredo Leite argumenta também que “este é o seu pelouro, juntamente com o Multimédia, a revista Notícias Magazine e a área de internacional. Por isso é normal que a minha ligação seja maior do que os restantes”. Os outros subdiretores têm outros “pelouros”, daí que o foco seja mais vocacionado para outros temas. Ou plataformas. Em conversa privada com um jornalista foi-nos dito que havia dúvidas do público migrar do papel para o online e que a cultura de leitores é muito diferente.

Enquanto o jornal não perceber que as mudanças já estão mais do que em curso, que todos se envolvem nas plataformas móveis, nas redes sociais e que “estão todos ligados” o jornal permanecerá nos mesmos receios e sobrevirá com os mesmos erros do passado.

## **Sinais de convergência, rede sociais e produção multimédia**

### **Dia 1**

um ponto que este jornal tem com o concorrente do grupo Diário de Notícias, é que também partilha com o Dinheiro Vivo a economia. O editor produz para a agência financeira mas trabalha em parceria com o Jornal de Notícias. Também não está presente no jornal, como acontece no DN, mas trabalha num piso do mesmo edifício.

Apesar de integrada um dos diretores admite uma desintegração a outros níveis. Acredita que o jornal é capaz de se mobilizar em conjunto para trabalhar quer para o jornal em papel, quer para o online ou se criar núcleos isolados que produzam produtos específicos para o jornal. Esta parece ser uma evolução do modelo de negócio subjacente ao jornal. Ter a capacidade de gerir recursos e fazer o investimento adequado a várias plataformas, tendo sempre em vista a rentabilização do que traz dinheiro para o jornal: a publicidade. É uma redação com meios técnicos e profissionais como muitas outras não têm e poderão, eventualmente num futuro não muito longínquo de, apostar na produção de conteúdos alternativos na área da publicidade.

No fundo, é tornar tudo num só mas com áreas setoriais capazes de trazer um maior rendimento e autonomia para o jornal.

## **Dia 5**

A semana começou com uma reunião prévia com o diretor adjunto Alfredo Leite que tem sido o principal interlocutor durante todo o processo, logo desde o seu início, quando respondeu prontamente ao nosso pedido via email, poucos dias depois de termos enviado a proposta de observação.

Falámos sobretudo sobre as mudanças que estão a decorrer no interior do jornal que está em processo de negociações na parte da administração e isso afeta por consequência a redação.

O Jornal de Notícias inaugurou há pouco tempo um canal de vídeo e lançou-se num desafio que está longe de terminar. A pretensão segundo o diretor adjunto não é ser concorrência aos canais de televisão: primeiro porque não têm os recursos técnicos nem humanos e segundo porque simplesmente não pretendem isso para o caminho do jornal. Não é de espantar por isso que o investimento tenha sido escasso na contratação de profissionais. Percebemos entre conversas que ouvimos que se tratam de “colaboradores” mas sem carácter de permanência. Vão dando o seu contributo pontual e quando agendado, mas sem vínculo ao jornal.

O lançamento do canal não aconteceu. Ou seja, foi discretamente adicionado no site, sem grandes alaridos, talvez com receio de serem notados. Ainda não tem uma grelha de programação estabelecida, apenas alguns programas de autor, feitos pelos próprios jornalistas da redação e com recurso ao próprio equipamento que foram adquirindo nos últimos anos.

O diretor afirma que “estamos há dois anos a preparar esta entrada, a comprar equipamento o que significa que temos um grande avanço em relação aos outros todos”.

O JN Live vive também de algumas colaborações semanais. E uma delas, bastante interessante, é feita por um dos mais antigos jornalistas da casa: Germano Silva. Em formato vídeo o jornalista passeia à descoberta do Porto. Consigo leva um jovem jornalista encarregue de captar imagem e depois de tratar de toda a produção do

programa. “À descoberta pelo Porto” alia a velha geração de jornalistas com um conteúdo multimédia e multiplataforma.

Diz o jovem jornalista que “há qualquer coisa de gratificante em trabalhar com alguém que sabe tanto sobre o Porto e que nos conta e reconta histórias como ninguém mais consegue”. O jovem jornalista está no jornal há quase 6 anos e começou na área de vídeo por vocação. Assim que terminou a licenciatura veio estagiar para o JN e conta que “ninguém me pediu para fazer isto ou aquilo, foi um processo que aconteceu naturalmente”.

Este jornalista trabalha mais com a equipa do online, apesar de ter a rubrica à descoberta do porto como algo fixo, mas não “há grande planeamento é tudo decidido em cima da hora pois o Germano não consegue planear. Pensa e executa de imediato”. A ideia do programa partiu inteiramente do jornalista mais velho, que escolhe autonomamente a localização e o tema. Este jornalista do online é responsável pelas filmagens apenas orienta e dá diretrizes em relação ao local ou à luz, que pode nem sempre resultar. Quando isso acontece, refere, “ajustamos claro arranjando uma alternativa”.

Ambos têm agendas complicadas, mas conseguem arranjar tempo para coordenar a rubrica.

Começou por fazer vídeo ao mesmo tempo que dava apoio ao site e assim continuou até hoje. Escreve pouco para o papel e não se importa. Conta que antes tinha uma secção dedicada à tecnologia, pois as pessoas que estão mais ligadas ao site são vistas como “geeks” mas que entretanto acabou.

Além da licenciatura fez alguns cursos. Uns propostos pela empresa e feitos em Lisboa. Uma outra formação fez apresentando proposta à direção para ir a Londres aprender com os “gurus da Media Storm, os melhores nestas coisas”. Na altura foi sozinho para ambas as formações.

## **Dia 6**

Pensar nos conteúdos convergentes também faz parte da redação. Muitos fizeram a transição de forma muito natural, outros ainda estão a meio do processo. Entretanto, a equipa do online tem uma maior predisposição para o fazer, mas acreditam que o devem fazer [conteúdos convergentes] “se acrescentar valor ao leitor pois eles (leitores) não

estão propriamente recetivos a consumir tudo só porque está lá”. Hoje estes jornalistas já estão formatados para procurar o que poderá ser adicionado ao texto e o que podem trazer de valor ao seu trabalho.

É muito comum vermos os jornalistas de hoje pensarem no negócio. Os jornais debatem-se com a oferta gratuita e os conteúdos pagos e o caminho está longe de estar definido. Estão a ser feitas experiências mas não é claro a forma como os leitores vão reagir ao fecho de determinados conteúdos. Estes não são também o tipo de conteúdos, segundo alguns jornalistas do online, que o público estará disponível para pagar. Numa analogia a “areia no meio do deserto” será como fazer mais do mesmo. Não é esse o caminho dos jornais.

Foram contratados alguns colaboradores para ajudar com a produção de alguns conteúdos para o canal vídeo. Mas outros tantos são assegurados pela própria redação. Quando se envolvem na produção para o canal de vídeo não escondem que a plataforma ainda precisa de muitos melhoramentos e principalmente “de uma produção mais do que a existe”. Outros ainda não acreditam na plataforma e não sabem qual o objetivo, mas talvez essa estratégia ainda esteja reservada aos elementos da direção.

Como aconteceu em outras transições, esta redação foi levada através de um processo que agora chama de “natural” mas que, estamos certos, no início deve ter causado atritos e períodos individuais e coletivos de ajustamento.

Talvez agora se avizinha outro período de adaptação para o jornal.

## **Dia 10**

Provavelmente uma das mudanças a acontecer em breve será a construção de um canal de desporto autónomo. Até agora a equipa de desporto publicava diretamente no back office mas dependia da equipa do online para ver o trabalho publicado no site. Muito em breve esta será a primeira equipa do jornal a ganhar autonomia de publicação, porque diz o diretor adjunto “já conseguem organizar o seu dia e as publicações sem ajudas externas e já têm o espírito de trabalhar de forma integrada, muito mais que todos os outros”. Este é um voto de confiança e também mais um passo em direção à tão esperada, mas demorada, transformação.

Também é difícil para este jornal tomar passos importantes de atualização quando tantas mudanças estão em curso na administração. Olhando para o site, que já conta 8 anos de existência, podemos dizer que isso no mundo virtual é muito tempo. A tecnologia infelizmente cria um colete de forças em torno dos jornais que por um lado se querem atualizar, mas por outro sofrem de constrangimentos económicos e editoriais. É urgente pensar nas plataformas móveis, sim, admite o diretor adjunto, mas como fazê-lo à luz de tantas mudanças na direção?

O jornal também fez uma viragem editorial que parece desagradar os portuenses e principalmente os antigos leitores do JN. Aproximou-se de um jornal mais tabloide, mas é muitas vezes tido como “a cópia do CM”. Não é a primeira vez que ouvimos isto. Os leitores sabem o que querem, e não querem uma cópia do Correio da Manhã. O afastamento ao jornalismo de proximidade cavou um grande fosso no Jornal de Notícias e nos próprios leitores.

Se antes tinha 4 edições distintas com publicações de tantas localidades diferentes, tirando o máximo de proveito dos colaboradores e correspondentes espalhados por todo o país, hoje a materialização desta dispersão é diminuta. A ideologia de networking ainda é alargada e o JN ainda preserva muitos colaboradores, mas o trabalho é nuclear no jornal em papel.

O triângulo de força do JN é Multimédia, Local e Última hora. Olhando para o site por exemplo percebemos que o JN tem um grande canal de local. Ao entrar no separador “País” entramos em cerca de 300 micro-sites com potencialidade comercial nunca antes vista, mas que não é explorada. O desenho não é o mais apelativo, mas é inegável que é uma base de dados gigante de todo o país, não só em notícia, mas em serviços e utilidades. Isto tem um potencial comercial enorme e sem comparação possível em nenhum outro jornal. Mas os anunciantes – e o departamento comercial do Jornal também – ainda não começaram sequer a explorar estes caminhos de negócio.

O caminho do jornalismo de proximidade sempre foi a o itinerário principal do JN que se foi afastando ao longo dos tempos, por múltiplas razões que estarão certamente longe do nosso conhecimento. Mas o que observamos aqui e em conversa com um dos diretores é que “o essencial do jornalismo é a informação de proximidade”, é isso que o vai fazer comprar o jornal, ter algo com que se relacione.

Ter elementos disruptivos no jornal é não só positivo como o caminho a seguir. Ter um jornal igual a tantos outros que só dá notícias do Porto pouco interessará a um leitor de Faro. Agora se criar um jornalismo de proximidade, com diferentes graus de incidência, aí poderá ter mercado.

É no online que o Jornal poderá ter mais espaço para dar outro tipo de histórias e de informação que já não tem o seu espaço no papel. Saber ocupar o papel tem mais dificuldade hoje do que como nunca antes se viu.

Os outros dois lados do triângulo ainda estão em construção. A notícia de última hora funciona com a equipa própria do online, que cresce a olhos vistos e está a fazer movimentações dentro da própria redação. Trabalham próximos da mesa e nota-se a articulação integrada em todo e qualquer trabalho que fazem. Pena que só se note isso nesta secção.

A área de Multimédia continua a crescer e não está dependente de apenas uma ou duas pessoas para realizar projetos audiovisuais. Também está longe do modelo ideal é certo, mas consegue rotinizar uma equipa no sentido de refrescar algumas áreas. Outros que estão mais ligados ao JN Live começam a produzir conteúdos vídeo com alguma regularidade.

Os preparativos também decorrem de forma relativamente rápida e revela uma experiência que começa a ser alargada e torna estes processos “normais” no dia-a-dia da redação. Qualquer um pode dar uma ajuda e há uma grande disposição para tal, muito embora mais concentrada do lado da redação que trabalha com a área de Multimédia e com o Online.

## **Dia 9**

A preocupação com o vídeo estende-se a outras áreas. O editor de sociedade durante a noite soube que possivelmente a polícia iria prender alguém que suspeitavam ser o responsável pela morte do jovem no queimódromo e a preocupação imediata foi em acionar um câmara para acompanhar no terreno.

O JN foi o primeiro a dar a notícia pois tinha colaboradores no terreno, àquela hora e que passaram a informação ao editor de polícia que imediatamente publicou no site. Conseguiram fotos da família, foram os primeiros a chegar e foram os primeiros a dar a

notícia no site pois este tipo de informação não “valia a pena guardar pois toda a gente ia saber”. Diz o diretor que era só uma questão “de dar mais rápido que os outros”.

O vídeo é uma das apostas do jornal e isso nota-se ainda mais com a inauguração do canal web à porta. Os jornalistas agora só pensam em vídeo, mas não querem fazer o trabalho da televisão pois sabem “que o estariam a fazer mal”. Considera ser uma aposta, às vezes, um tanto ou quanto exagerada, pois não têm meios suficientes para fazer tudo. Mas o editor acredita que o vídeo só é relevante quando realmente faz a diferença para um determinado conteúdo. Se não acrescentar nada, não tem relevo.

Já a infografia é outra história. Quando bem feita e bem pensada pode ser um elemento muito interessante de disposição da informação. O Jornal de Notícias tem vindo a fazer grandes apostas nesta área. Há várias pessoas que sabem trabalhar com flash e colaboradores específicos que são capazes de, tecnicamente, produzir elementos que fazem o jornal destacar-se.

Este conteúdo verdadeiramente multimédia, na opinião do editor, conquista muitos likes e tem grande sucesso junto dos leitores. Usam não só o flash mas apostam em coisas mais arrojadas já feitas em motion graphics. Usualmente os jornalistas preparam a informação e passam-na aos infográficos para produzir a parte mais técnica do trabalho.

O Jornal de Notícias também produz outro tipo de conteúdos Multimédia. O som é o menos utilizado, pois o jornalista admite que é difícil isolado ter força suficiente para chegar ao público. É, de todos, o que menos recorrem. Também há a produção de reportagem para temas muito específicos. A sua construção pode variar: desde conteúdos fotográficos, combinados com som, a vídeo, com depoimentos, etc., é um produto bastante completo mas que não tem propriamente uma periodicidade de produção.

## **Dia 10**

O dia de hoje começou com infografias. Há duas em particular que estão a ser desenvolvidas para o fim-de-semana pelo colaborador que habitualmente trabalha com eles. O infográfico é formado em comunicação e trabalha a partir de casa. Habitualmente desenvolvia trabalhos estáticos ou dinâmicos, usando para o efeito destes últimos o Flash. Mas não é novidade para ninguém que o programa da Adobe é incompatível com a Apple. Surgiu então a necessidade de começar a trabalhar com

HTML 5. Diz o editor que “não permite a mesma abertura e coisas mais inovadoras, como o Flash permite, mas resulta”.

Também não é a primeira vez que trabalha em 3D. São trabalhos muito elaborados, mas que constituem uma franca aposta do Jornal. Já lhes valeu alguns prémios na área.

O colaborador organiza a informação audiovisual segundo a informação que é passada pelos editores. Goza de alguma autonomia e pela experiência que já têm consegue responder às necessidades do que lhe é pedido. Hoje o conceito partiu do editor executivo e a realização ao infográfico.

São trabalhos simples, mas que organizam a informação de uma forma alternativa e interessante. “No forno” está também já uma infografia que irá convergir com os textos que estão a ser elaborados para o jogo do fim-de-semana. Precisa “apenas de algumas afinações” que o editor irá passar ao colaborador por email. Ao mesmo tempo vários trabalhos estão a ser preparados: textos das conferências de imprensa, com as respetivas fotografias, vídeos no local e outros apontamentos de colaboradores junto da polícia, por se tratar de um jogo de alto risco.

Outra das suas responsabilidades, nas inúmeras que conta durante o dia, é um olhar sobre o design dos blogs. Os blogs do Jornal de Notícias pertencem a “jornalistas da casa”, conta o editor, mas foram desenhados de forma a torná-los diferenciados uns dos outros em vez de terem templates que fosse mais ou menos parecidos. Antes, lembra o editor, eles conseguiam escolher um template e fazer o blog a partir daí. Hoje em dia esse trabalho é feito pela equipa de desenvolvimento do grupo económico.

Talvez o maior entrave que o editor identifica seja a ausência física da equipa de desenvolvimento na redação. Sendo uma equipa que trabalha com o software do site e o desenho lógico das páginas, estes engenheiros informáticos não têm mãos a medir no trabalho que lhes é solicitado, mas quando há um caso mais urgente a distância torna tudo mais complicado.

Algo que estava previsto, mas não está a acontecer e acrescentaria muito valor aos conteúdos multimédia é uma galeria fotográfica. No terreno estão quatro fotógrafos destacados para o jogo – dois estarão no terreno um em cada lado - e os outros dois tratarão das fotografias de ambiente. Mas até agora ainda não chegaram à redação e isso impossibilitou o editor de construir a galeria fotográfica. Uma ressalva porém para uma

das jornalistas que tirou fotografias para a aplicação em instagram do Jornal enquanto estava no terreno a acompanhar a chegada dos adeptos.

## **Dia 11**

Assistimos à gravação de um programa de autor. Pedia-se silêncio na redação que não está habituada a estar calada, ou quieta. E é difícil conseguir que todos falem só um pouco mais baixo. Entretanto, é o próprio diretor adjunto que pede silêncio às seções imediatamente coladas ao plateau e lá começam as gravações. Uma câmara está apontada e fixa em direção ao jornalista e uma outra está com um cameraman que pretende dar, no conjunto do programa, imagens mais soltas em rigidez do tripé. Gravam a preto e branco que contrasta com a cor da anterior e ao lado da mesa passa em ecrã plano uma produção de imagens dos livros que o jornalista vai apresentando.

São precisos mais alguns takes, algumas repetições e o discurso sem recurso a teleprompto arranca a todo o gás. Na mesa, apenas os 4 livros que irá apresentar.

Este é um programa de autoria, um dos poucos que para já tem uma periodicidade estabelecida, ao contrário de outros que ainda estão em fase de experimentação. Um dos jornalistas da cultura tem um programa no canal de vídeo que produz sozinho, com a ajuda de alguns elementos do online para a captação de imagem. Disse-nos que começou esta rubrica por sugestão da direção e de “forma informal”. Gravou um número grande de programas piloto que não foram aproveitados, mas necessários para “se habituar ao formato de vídeo.

Os primeiros programas que gravou tinham a duração de 10 minutos e com o tempo foi ajustando a informação até chegar ao formato de 4 minutos atual.

Os livros que apresenta são “um compromisso entre o que gosto e o que pode interessar ao público”, mas referiu que o programa acaba por ter outra visibilidade e tem respondido às expectativas. Ainda assim, sabe que este tipo de conteúdos são algo a que o público responde, mas ainda não encontrou o retorno económico que necessitaria para ser auto-sustentável.

O vídeo é uma grande parte de todos estes conteúdos convergentes presentes no site do Jornal de Notícias, mas o jornalista editor de vídeo acredita que “o próprio nome, um jornal que vive das notícias, não se pode só agarrar ao papel”. Dá o exemplo do site do

World Press Photo e de como já é possível assistir a conteúdos multimédia na própria página.

O esforço para atenuar esta clivagem reside na “maior integração” e aí há sem dúvida um “triângulo responsável: a administração, a direção e claro os próprios jornalistas”. Todos os intervenientes têm que perceber que a mudança não poderá ser sectorial ou nuclear, mas deverá ocorrer a vários níveis distintos da redação.

O nível máximo de integração seria quando este ciclo fosse complementado por trabalho em conjunto entre pares e o tal triângulo que o jornalista falava tivesse inteiramente dedicado a esta integração. Muito embora esta seja uma empresa de comunicação, é notória a falta de comunicação que muitas vezes existe. Se numa reportagem ou num trabalho de terreno tiverem que sair um repórter de imagem, mais um fotógrafo e um redator, assim que chegarem à redação cada um deles, à sua maneira, irá tratar o conteúdo sem comunicar. Aí, diz o jornalista, o jornal poderia aprender com a televisão e com a maneira como se fazem as coisas.

Olhando de grosso modo para a redação, a maioria, ainda que ligeira, começa a perceber o impacto e a necessidade de pensar além do papel. Continua a existir alguns desequilíbrios, mas que na opinião do jornalista “são normais e já foram maiores”. No entanto, confessa não ter um grande à vontade, talvez por estar na redação há menos de dois anos, fazer sugestões vídeo a alguém das restantes seções do jornal pois acha “que podem não ser bem aceites”. Só a cultura, segundo este jornalista, é mais recetivo às suas sugestões e conta, em breve, começar a colaborar para o jornal com um espaço de opinião. É algo que já fez no passado e está ligado ao seu gosto pessoal por música e crítica musical.

As aplicações móveis ainda não estão no patamar ideal. Diz o jornalista que “enquanto consumidor ávido de aplicações móveis, a do JN é muito básica e não apela ao leitor”. A aplicação de que fala é um mero descarregar de feed de notícias, não muito diferente do e-paper. Afirma mesmo que “entre pagar a app tal como está ou comprar o jornal em papel, prefiro o jornal em papel”.

O grande problema da aplicação é a forma como a informação está disposta e organizada. E também não abona a favor do vídeo. Não há nada de distinto no

“separador” de vídeos o que desagrega de qualquer intenção de conteúdo convergente para móvel.

Considera também que as pessoas ainda não reagem muito à presença do vídeo no JN. Têm picos de visualizações nas redes sociais, mas apenas em casos pontuais, mas a razão prende-se “à falta de estratégia editorial mais do que qualquer coisa”. Encara também as aplicações móveis como um “convite à interação” e para o fazer a organização tem que ser sexy e apelativa e não se remeter ao mais básico que conhece. Não é isso que vai trazer leitores para as aplicações móveis.

Já no caso do JN Live a opinião divide-se. O projeto está muito no seu início e não tem um objetivo editorial definido, pelo menos não para este jornalista.

Colabora com o JN Live para a área da atualidade. São peças/reportagens em parceria com jornalista do online para as quais ele capta imagens e produz. O nome atualidade não deixa de ser curioso, porque de facto não há. Pelo menos não agora. Uma atualidade que não tem nada de atual. A atualidade de que este jornalista fala é “quando há alguma coisa para fazer”. Não cobrem todas as notícias, apenas as que são possíveis e agendadas pela agenda do jornal.

Também é o responsável por organizar semanalmente o Live Clips (vídeos dedicados a música), Live Time Lapse (vídeos recorrendo à técnica de aceleração do tempo do vídeo) e o Live GoPro (desportos radicais).

Também realiza spots para ocasiões específicas, como tem acontecido com os festivais que o jornal tem realizado a cobertura.

Um trabalho, fora destes âmbitos e que muito se orgulha, é os 125 anos de Jornal de Notícias. Um vídeo já de maior extensão, realizado por ele e por um dos diretores adjuntos e que reúne imagens inéditas do Jornal de Notícias a preto e branco que contrasta com a redação comprida e iluminada, onde os computadores, os tablets e os telemóveis são uma evolução do que antigamente só era possível no papel e onde até o edifício, tão emblemático da própria cidade, carrega hoje um ciclo de história memorável.

O trabalho, que o jornalista refere aproximar-se do documentário, não tem entrevistas, nem offs, mas leva-nos por uma viagem pela redação do antes e do agora.

Curiosamente, em visualizações contam-se poucas, sintoma do relativo impacto que o canal ainda tem.

O Jn live é encarado por este jornalista como um interface novo que ainda não atingiu a categoria de canal de vídeo, por várias razões, incluindo a falta de uma grelha adequada e que os jornalistas têm que cumprir, mas também a falta de investimento publicitário que dita a realização de muitos dos seus conteúdos. Se o canal de vídeo quiser ter substância no mercado, tem que alterar sem receio de mexer na estrutura, pois é difícil conseguir arranjar um modelo uniforme.

É a plataforma ideal para fazer sobressair muita da informação local que o jornal em papel ainda preserva, mas precisa de bastantes afinações. E, não há entendimento por grande parte da redação do que é que trabalhar numa plataforma tão recente implica. Diz o jornalista que “quem está por dentro de todo este processo, entende. O resto fica á margem.”

Uma coisa tem a certeza: o vídeo, por si só, não vai deixar de existir, especialmente no que toca à atualidade. É forte e pode ser um complemento muito interessante, desde que seja usado corretamente. É uma luta, no interior do jornal, passar esta mensagem, que só quem acorde para esta realidade a tempo terá hipótese de sobreviver.

Não nega também que é possível que tudo isto se venha a transformar em breve. É a grande desvantagem de tudo ter uma “vida muito própria e um ritmo acelerado”.

## **Dia 12**

Esta secção – local - não produz conteúdos além do texto. Se necessitam de um vídeo ou de uma infografia normalmente “fica a cargo da equipa do online que se encarrega de realizar esses trabalhos”.

Um dos jornalistas do online é um dos responsáveis por organizar a grelha de programação do JN Live e decidimos observar o trabalho que desenvolve para o canal de vídeo. Apesar de não se assumir claramente que há uma grelha de programação, principalmente porque ainda há muitos ajustes a fazer, ela de facto existe quase de forma arcaica e organizada numa tabela enviada por email a estes jornalistas.

Este jornalista em particular é o responsável por fazer avançar a programação, por fazer algum agendamento de trabalhos, editar quando lhe é solicitado e ainda dar uma ajuda

com o cenário, como aliás registámos durante o dia de ontem e cuja observação iremos descrever já a seguir.

Para o jornalista isto não é um canal de vídeo, porque ainda não há rotatividade nem certezas. Conta que na sua opinião é apenas a transposição do “vídeo anteriormente figurava na área multimédia da página online do jornal e que agora tem um espaço próprio com grafismo diferente.” Diz que “ainda não chegamos lá” e que não percebe “parte dos objetivos do que está a ser feito”. Mas entende que muitos desses objetivos ainda poderão estar a ser discutidos entre a direção e que “os jornalistas podem não ter acesso a todas essas decisões”.

Lamenta que o projeto JN Live não seja “ainda um serviço autónomo de vídeo” e que encare apenas tudo como algo que está “arrumado num local diferente e com uma organização gráfica própria”. Concorda com essa organização, “esta de facto mais apelativa, mas mesmo assim não lhe chamaria um canal de vídeo”.

Afirma também que há aqui muito dinheiro investido e que não se pode negar os esforços que o jornal tem feito para se atualizar e acompanhar a evolução da tecnologia. Tem consciência que “sempre que solicita a reparação ou a compra de um equipamento o jornal está a investir”, daí que o investimento pessoal tenha que ser do mesmo tamanho.

Nota também que os leitores têm reagido mais ao vídeo agora que tem um canal próprio até porque ocupa outra disposição na página do Jornal de Notícias e provoca “alguma curiosidade”. Conta o jornalista que quando um vídeo é publicado e “quando se acautela a produção de vídeo conseguimos ter mais visualizações”. Além disso, por causa do canal a produção de vídeo também “é maior do que antes. Tentamos assegurar mais vídeos para o canal, quando antes tínhamos apenas um ou dois vídeos por semana”.

O ponto menos positivo desta produção de vídeo e organização do canal, além de todas as tarefas suplementares do dia-a-dia, é que provoca uma maior dispersão do trabalho que é suposto estar a fazer para o site. Conta o jornalista que nem sempre consegue conciliar tudo e que se a sua atenção está mais dispersa “não podem esperar o mesmo de nós ou que se faça a cobertura da mesma maneira” já que esta equipa tem que assegurar o trabalho ininterruptamente entre as 8 da manhã e as 2 da madrugada.

**Dia 14**

A grelha a que tivemos acesso tem um número limitado de programas. Cinco são programas que partem fora da secção do online, mas que são sempre feitos em parceria, principalmente no que toca à parte mais técnica do trabalho, como a captação de imagens e edição ou produção. Outros dois programas são feitos exclusivamente pela secção do online e outros cinco são rubricas Live, que consistem em produtos externos mas que são editados pela secção do online. O programa Na Hora que no início surgiu como um apanhado das notícias do dia, agora já não tem rotina na secção, pois era algo que consumia muito tempo de edição e não tinha muito impacto.

Basicamente era um produto com recurso a fotografias ou pequenos vídeos editados com um pequeno texto (visual, não em off) com a notícia. Estes vídeos passavam nas televisões do metro, mas por agora não estão a ser atualizados por falta de recursos e tempo. As próprias entrevistas já se fazem no plateau do JN. Hoje é dia de mais uma gravação. Montam-se três câmaras, ajustam-se as baterias, ligam-se as luzes e prepara-se o cenário, as cortinas, os copos e as águas para o entrevistador e convidado. Fazem-se os balanceamentos e ajusta-se o som dos microfones de lapela.

Dois dos jornalistas do online e multimédia preparam tudo para que às 16h30 arranque a entrevista. Será no âmbito do desporto. A própria investigadora é chamada para dar uma ajuda com o cenário e assim melhor observar o que está a ser feito. Os jornalistas brincam que agora a minha visão está contaminada porque me envolvi diretamente com o trabalho que eles estavam a fazer o que mostra o à vontade que grande parte dos jornalistas sentem com a minha presença no jornal.

As cortinas são pretas para não deixar entrar a luz da cidade invicta que normalmente percorre a redação. A mesa central vai ser preparada para acolher alguns objetos que desportista vai trazer para o jornal e que servirão para os planos de corte na entrevista. As cadeiras, duas poltronas vintage, de cor branca são posicionadas a meio do set, perto da mesa, onde o entrevistador e entrevistado se vão sentar.

O investimento em material é impressionante. A iluminação é toda profissional com nomes técnicos que nos parecem vindos de outro planeta. A régie, essa está equipada como um estúdio profissional. No fundo da mesa, as baterias apontam para a luz verde prontas a ser usadas. Na mesa de som já se fazem testes de decibéis e entrada de som.

O convidado chega ao set e tudo começa. As câmaras são posicionadas para três planos distintos – uma fixa os dois elementos – e as outras duas são movíveis. Cada jornalista no set tem um par de headphones com microfone para ouvir e falar com o realizador, outro jornalista – o editor multimédia – que diz “já estou habituado a isto”. O jornalista diz “liga as luzes” e o cenário ilumina-se.

O entrevistado coloca na mesa a medalha que ganhou e o capacete da sua corrida. Enverga uma réplica da camisola da corrida que acabou de vencer e está mais à vontade que o próprio jornalista. Refere o entrevistado “trouxe isto porque achei que seria interessante em termos de imagem”. Colocam-se os microfones de lapela e fazem-se os primeiros testes de voz. Correm de um lado para o outro para dar início à entrevista e tornar tudo o mais célere possível.

Na régie já está ligado o monitor de realização, com as câmaras a postos e o microfone do realizador ligado pronto a dar instruções para os dois protagonistas. Ajustam-se os últimos pormenores, as vozes e os planos. Começa.

O realizador dá o sinal de partida e começa a dar as orientações “fecha mais o plano jornalista a e tu (jornalista b) podes abrir mais o teu” ou “abre um bocadinho mais à direita, está muito centrado”. “estás no ar Nuno” é o que se ouve da régie para que os jornalistas que operam as câmaras saibam que nesse momento não se podem mexer. Por não ser um programa com transmissão direta mas sim uma rubrica que vai ser editada, ainda há espaço para experimentar e cometer erros. Ainda assim todos são muito profissionais e conseguem carregar toda a entrevista com aparente facilidade. Dois dos envolvidos demonstram ter muita prática com tudo isto.

Os elementos que o entrevistado trouxe servem para treinar os planos de corte e os jornalistas arriscam. Só assim conseguem aprender. Planos em movimento, focagem, desfocagem, planos alternativos, pormenor, etc. Tudo é permitido desde que seja bem conseguido.

Um dos elementos revela uma maior rigidez nos movimentos que executa, talvez por ser um elemento recente no corpo da redação e durante a entrevista não arrisca em movimentos de continuidade ou rotatividade. Curiosamente o jornalista que realizou a entrevista é um colaborador do jornal. Costuma fazer desportos motorizados e assegurou a entrevista ao campeão da modalidade. Foi aí que o seu editor lhe sugeriu

que apresentasse a entrevista num modelo diferente: em vídeo. Foi um desafio. Reparámos que o jornalista aparentava um ar um pouco nervoso e fomos falar com ele no final da entrevista.

Admitiu que esta experiência foi stressante e desgastante pois o obrigou a sair da sua zona de conforto. “Sou um jornalista do papel e gosto de estar na redação”, por isso quando lhe pediram para fazer este trabalho, foi um verdadeiro desafio. Enquanto estava a entrevistar o piloto conta que “só pensava em coisas que nada tinham a ver com a entrevista. Suou muito e achou que não estava a fazer um grande trabalho, mas para quem observou iríamos pensar que não era a sua primeira vez.

### **Dia 15**

É da opinião que a estrutura da mesa e da redação veio aproximar os editores e a consequência mais imediata dessa aproximação é a facilidade com que se comunica com todos. Não só fez com se aproximassem, mas o intercâmbio de informações entre os “elementos decisores torna-se muito mais solto e fácil”. Por causa desta estrutura e de como estão sentados “ajudou a saber mais sobre determinada matéria e tornou o jornal mais coerente por causa disso”.

Esta estrutura, na opinião do diretor, viria a tornar-se “decisiva para o online” pois acaba por ser o “epicentro das coisas e controle de tudo é muito maior”. No entanto, não basta só fazer a mesa e esperar que o trabalho surja de forma natural. Este processo, que ainda está em continuidade, continua a fazer um grande esforço de captar as pessoas para a concepção da mesa e dos seus objetivos.

Alguns elementos ainda estão bastante distantes da necessidade que há de pensar no online e estão sentados nessa mesa. Parece haver um problema de comunicação. O diretor fala em “se houvesse uma conversa a explicar tudo isto seria mais fácil”, mas falta ainda “a tomada de consciência da necessidade da mesa ou para quê que ela serve”.

A evolução da tecnologia dita um despertar destas redações e a “evolução exige que se faça isso”. Quantas conversas mais serão precisas para que esse despertar aconteça efetivamente? O diretor deixou-nos o repto: “quando encontrar a solução para todos os nossos problemas, avise-nos”.

Durante a tarde foi possível assistir à gravação de mais uma entrevista no set do Jornal de Notícias, mas desta vez com um grande aparato à volta do convidado, pelo menos da

parte de dois jornalistas. Trata-se de um secretário de Estado e quem conduz a entrevista é um dos sub-diretores e uma jornalista de economia. Antes de começar ainda há tempo para um dos jornalistas da Global Imagens fazer o equivalente a uma sessão fotográfica, enquanto o assessor do secretário, de ar também ele de observador, escrutinava tudo com o olhar.

Quanto ao procedimento de gravação foi igual ao que já havíamos assistido, apenas com alguns problemas de iluminação pois havia mais um entrevistador no cenário o que desequilibrou as sombras e contrastes das luzes do cenário.

O realizador pergunta se “há guião da entrevista” ao que todos respondem não. O tratamento não é diferenciado e tudo decorre com o nível máximo de profissionalismo de ambas as partes. Ouvimos “câmara 2 no ar, vai arrancar. Aguenta o plano”. O receio, deste lado mais técnico da profissão, é que estes profissionais “se esqueçam que também são jornalistas”, diz-nos um dos jornalistas do online e que se esqueçam de fazer o trabalho de reflexão.

## **Dia 16**

Este é um projeto que será lançado quando já não estivermos na redação, mas ainda assim falamos com os principais maestro desta operação que começou a ser pensada muito antes da nossa chegada mas coincidiu a sua preparação com a nossa passagem. Depois da corrida pelas estradas se ter tornado uma forte tendência para quem não tem tempo de ir ao ginásio ou para os que simplesmente gostam de correr ao ar livre, um pouco por todo o mundo esta atividade começou a ser objeto de interesse pelos media e os jornais não ficaram de fora.

Começaram a surgir os primeiros sites inteiramente dedicados a corrida, com elementos mais jornalísticos, outros de carácter mais útil e outros simplesmente de entretenimento. Eis que os jornais online decidem agarrar também este nicho. O jornal I já tem um separador no seu site dedicado ao running, mas é apenas uma amálgama de conteúdos alojados sem planeamento ou ordem. Aqui juntam-se artigos de saúde, tecnologia, nutrição com anúncio de provas ou novidades desportivas.

O que não nos passou ao lado foi o lado do negócio de tudo isto e que o diretor adjunto, que comanda todas as operações do micro site, referiu várias vezes. Do seu lado um

antigo e fiel companheiro de outros redesenhos e que desempenha também ele um papel fundamental nesta caminhada do Jornal de Notícias, Manuel Molinos.

Este trabalho de terreno reclamava por um suporte físico onde se pudesse alojar os trabalhos que vão ser feitos, que não só multimédia, pois grande parte será texto. Depois de uma reunião com a pessoa que sugeriu o projeto, uma jornalista da área do Local, começaram a desenhar os primeiros rabiscos que mais tarde vão dar corpo a este projeto.

A sugestão partiu desta jornalista depois de uma participação “por carolice”, conta, no Color Run. Corre, corre muito fora do trabalho porque gosta e é um prazer que guarda para si e agora vai partilhar com tantas outras pessoas. A carolice levou à captação de imagens com uma GoPro e daí até à corrida noturna foi um salto muito curto. O evento dos night runners foi alvo de uma peça para o JN Live feito por duas jornalistas. O vídeo foi publicado ontem e continha imagens de vários pontos da corrida, uns captados pela câmara no topo da cabeça da jornalista e outras fixas, captadas com tripé e com recurso a entrevista e microfone.

Diz que não tem noções de câmara ou de imagem, por isso quando faz estes trabalhos leva sempre alguém dessa área que a possa ajudar. E que certamente quando começar a colaborar de forma mais regular com o micro site de running será “sempre em parceria” pois “não tenho capacidade para o fazer sozinha”. E quando lhe perguntamos se foi difícil esta adaptação a um formato que não estava habituada respondeu “não tenho outro remédio”. Estes jornalistas respondem aos desafios, mesmo sabendo que podem falhar. Mas preferem isso do que deixar de tentar.

Esta reunião a que assistimos foi uma autêntico brainstorming que tanto o editor como o diretor adjunto sabem que “vai sofrer imensas alterações” pois a sua implementação envolve ainda a participação de uma equipa técnica de desenvolvimento, o departamento comercial e um plano de marketing. Esta é “a principal barreira sempre que queremos fazer alguma coisa, os processos são muito demorados” e às vezes há uma incompatibilidade em “materializar as ideias com as funcionalidades técnicas”.

Algumas ideias que foram debatidas na reunião: este projeto não é passível de ser feito sem “o envolvimento de pessoas” e sem o “envolvimento de conteúdos”. A estratégia tem que passar criar uma sinergia entre as várias áreas e fazer a redação perceber que

“dos gostos de cada um pode resultar algo deste género”. Ninguém vai trabalhar mais horas por isso, mas sim um esforço de reorganização das tarefas que atualmente desenvolvem.

Discutem, olhando para os sites que já estão online lá fora, as medidas para cada espaço, os tópicos do menu principal, a movimentação da página, o desenho de cada célula e como é que as manchas gráficas vão ficar organizadas. Gostariam de “ter um modelo limpo”, mas isso tudo vai depender da equipa de desenvolvimento. Os destaques serão manuais para permitir um melhor manuseamento dos conteúdos e para que consigam destacar qualquer tipo de artigo, vídeo ou infografia.

Curiosamente ainda falta decidir o mais importante. O nome da página. Em princípio será JN Running, principalmente porque perpetua a ligação ao Live e à marca do jornal.

Ainda que a tipologia de conteúdos não esteja completamente definida, o desenho das grandes áreas já está feito. Os grandes temas serão “novidades”, “saúde e nutrição”, “provas”, “tecnologia”, “histórias” e “simuladores”. Muitos destes tópicos têm um potencial de negócio muito grande e hoje “é importante olhar para isso acima de tudo”, diz o diretor adjunto. Os conteúdos que vão ser trabalhado, e bem tratados, poderão despertar o interesse de várias empresas e é o jornal quem mais ganha com isso.

Depois é intenção perpetuar a ligação aos leitores com a tecnologia e grupos de interesse que se constroem à volta do mesmo assunto. A construção deste canal de corrida, de produção própria, vai ser mais um marco nas plataformas dos jornais mas especialmente na maneira como os leitores se vão ligar ao jornal, pelo carácter de utilidade que o meio, enquanto órgão de comunicação social, pode ser.

## **Dia 17**

O diretor adjunto teve uma importante reunião com a pessoa que faz a gestão das redes sociais, mas que por força da aplicação de inquéritos não conseguimos assistir. Talvez ainda consigamos fazer um apanhado resumido do que aconteceu na reunião. Seria importante até porque o Jornal de Notícias faz o controle dos comentários no Facebook, mas não no site. E seria importante perceber se novas estratégias serão implementadas nas redes sociais, tendo em conta que o tráfego de partilhas de conteúdos noticiosos tem aumentado consideravelmente.

No final do dia conseguimos falar com o diretor adjunto sobre a reunião. A colaboradora que faz a gestão das redes já o faz há algum tempo e “estar nas redes sociais não pode ser algo fruto do acaso e esperar que as coisas resultem”. O diretor adjunto apelida-a de “farol”, como uma luz que aponta para todos os problemas.

O Jornal de Notícias não só marca presença no Facebook, mas também no Twitter, Instagram, Pinterest e Google Plus. A colaboradora faz também a gestão de um blog sobre redes além das plataformas.

As reuniões são organizadas sempre que achem que é pertinente reunir, seja por novidades, reajustes ou planeamento, como aconteceu hoje. Para isso não é preciso planeamento, conta o diretor. Mas estar em todas as redes sociais e gerir os seus conteúdos “requer uma visão estratégica que tem obrigatoriamente que ser discutidos e não podem ser descurados”.

Um dos principais problemas prende-se com as questões técnicas, que muitas vezes atrapalham as questões maiores, como a publicação de conteúdos. O Jornal de Notícias não é o primeiro a lidar com questões como a publicação de um conteúdo associado a uma imagem e essa imagem não corresponder ao conteúdo e ser completamente despropositada.

E numa altura em que os dados estatísticos indicam uma subida dos números do tráfego no facebook, há que olhar para esses dados e perceber como interpreta-los. Estima-se que no mês passado 25% do tráfego do site vinha do Facebook e são números altos que não podem ser ignorados. A mesma coisa com o Twitter. De acordo com a colaboradora esta rede social tem crescido muito e as pessoas estão a procura-la por ser menos exibicionista que o facebook.

Como promover então as redes tendo em conta estes últimos indicadores? Mesmo correndo o risco de criar um fosso no público em torno do facebook (os filhos que não querem receber os mesmos conteúdos dos pais ou estar nos mesmos grupos dos seus progenitores), irão dar um impulso maior à antecipação de conteúdos e no Twitter vão acionar a opção vídeo, através do aplicativo Vimeo. O instagram de todos é o que “tem causado mais problemas e mais inconstância também”, principalmente por exigir um segmento de fotografias esteticamente coerente.

Outra das estratégias será começar a trabalhar a imagem de capa do facebook, como um ponto de promoção da própria rede social. A ideia é utilizar um template para dar destaque a algo que seja “matéria do Jornal de Notícias”. E ainda que a colaboradora tenha sugerido fazer um template próprio, o diretor adjunto considera que é “mais adequado envolver a equipa própria de webdesign e de gráficos” e juntos criarem um destaque para a informação, o Jn Live e reportagem. Dessa forma não só personalizam a página como categorizam no topo da página da rede social os conteúdos que vão ser publicados.

Por se tratarem de redes e não terem no seu ADN nada de estático, a sua vigilância tem que ser permanente. A opinião do diretor adjunto é que redes como o facebook começarão a cair em desuso dentro de alguns anos. As pessoas estão a ficar saturadas do que o facebook faz e representa e começarão a migrar para outras plataformas.

Quanto à colaboradora, tem indicações para responder aos leitores sempre que for pertinente, mas continua a recorrer à opinião dos diretores em casos mais extremos e a salvaguardar

Quando se fala em convergência na redação, nem sempre o termo é bem entendido. O mesmo já não acontece com o termo integração. Uns dizem que já ouviram falar, outros dizem que “na teoria parece algo fácil de ser feito, mas na prática não é bem assim” e outros argumentam até que percebem o que significa, mas para já não faz parte das suas preocupações.

Ao aplicar os questionários, muitos são os jornalistas que se debatem com as questões do grau de concordância com as afirmações que elaboramos, em especial as questões dedicadas à convergência, quer de plataformas, quer de conteúdos.

Parece-nos que a grande maioria acredita que “a convergência afeta positivamente a qualidade da notícia”, mas esta afirmação vem sempre seguida de uma outra: “desde que feito com pessoas suficientes para ter a qualidade desejável”. Outros apontam mais para a multiplicação de plataformas e a dificuldade acrescida às tarefas do jornalista “coitado do jornalista que tem que fazer tudo para todas as plataformas”. A mesma coisa com o desafio para a profissão quando se pensa em conteúdos que são pensados e realizados para várias plataformas, o trabalho é inevitavelmente afetado por isso.

De facto, um pouco por todas as redações que já estivemos os jornalistas acreditam na capacidade motora da convergência, mas o constrangimento dos recursos humanos, em vez de um aproveitamento em série de jornalistas que fazem um pouco de tudo, parece ser a realidade mais próxima das redações.

Mais uma tarde no jornal. Como ainda faltam algumas respostas dos jornalistas do Local, vamos até lá. Uma das jornalistas pergunta-nos se isto é um questionário “sobre nós e eles [apontando para o online]” e logo esclarecemos que não é disso que se trata, mas sim de olhar para a redação como um todo em vez de olhar para parte separadas que co-habitam no mesmo espaço.

## **Apêndice 4**

### **Semanário Expresso: uma ave rara do jornalismo**

#### **Dia 1**

O edifício assusta pela sua imponência. São muitos andares em vidro espelhado que acolhem todas as redações do grupo económico Impresa: Blitz, Courier Internacional, Visão, Caras, Sic, Sic Notícias, Activa, TV Mais, Escape, Olhares, J. Letras, E. Informática e Visão Júnior.

Só na redação convergem além do Expresso, o Blitz que está integrado na Cultura; O Courier Internacional e a Revista Exame que estão integrados na Economia. Nesta redação estão ainda os responsáveis pela edição da Revista e pela Atual.

É um jornal muito diferente dos outros que já visitei. Ao entrar há um grande espaço para percorrer uma sala que parece ter quilómetros e só conseguimos ver, ainda poucas, cabeças que timidamente começam a semana. O próprio diretor já avisou logo à chegada que este dia será mais lento, é o primeiro da semana e para um jornal semanário é “comum ter picos mais lentos e parados que os diários não têm. São períodos atípicos próprios de um semanário”, disse-nos um dos diretores.

Os jornalistas pouco ou nada falam entre si. Na mesa onde me sento, não trocaram sequer nenhuma palavra e não se mostraram minimamente curiosos com a presença da investigadora.

O diretor afirma sem preocupações: “O expresso é uma ave rara do jornalismo”, e talvez seja verdade. Poucas coisas aproximam este formato de um diário. Em quase tudo parece diferente. Desde a sua composição, à sua publicação e à forma como lida com o online, cria mais divergências com os outros media do que pontos em comum.

#### **Organização do espaço: Modelo integrado, modelo convergente e modelo Open-Space**

##### **Dia 1**

A redação está organizada em open-space. Não há gabinetes a não ser com a finalidade de fazer as reuniões dos editores e da direção. De resto, os elementos estão no espaço da redação, facilmente saltam indicações de uns para os outros e não há divisórias.

Poderemos dizer que os elementos da direção – diretor e adjuntos – se concentram a meio da sala. As restantes seções vão-se espalhando à sua direita e à sua esquerda, agrupando-se por temáticas.

Ao fundo da sala já conseguimos ver uma câmara instalada para os diretos, quase sempre feitos por dois dos elementos da direção, por terem “maior à vontade para falar para uma câmara sem apoio e em direto”, refere o diretor.

Há, porém, um grande desinvestimento no equipamento. Os jornalistas que têm que sair para o terreno não têm bons equipamentos – seja telemóvel “ou portáteis da idade da pedra” – nem na redação têm computadores suficientemente rápidos para impedir o entupimento de tráfego. Este aspeto em particular causa alguns transtornos na publicação de conteúdos, pois entope o sistema, e no acesso dos leitores ao site.

Usam o programa de edição Premiere e a voz off é normalmente gravada neste espaço de escritório por estar mais isolado da redação. Têm microfones e gravam diretamente para o único computador da sala com placa de som. Trabalhar com boas ferramentas evitará, a longo prazo, a confusão com o jornalismo amador que os jornais querem evitar e capaz de se transformar numa vantagem competitiva para o próprio jornalista.

No armário desta sala também têm câmaras HD, mas já um pouco ultrapassadas. O jornalista, que já deu formação em como captar, editar e fazer o upload de fotografias e vídeos em dispositivos móveis, acredita que com um bom equipamento qualquer pessoa consegue uma imagem com qualidade e um bom trabalho.

## **Dia 6**

Ricardo Costa lamenta que a sala esteja organizada desta forma pois “dificulta muitas vezes a organização e a comunicação entre os jornalistas”. Mas tendo em conta a estrutura do próprio edifício, não havia muito a fazer. Acredita que desta forma estão todos “mais dispersos” e é verdade com uma redação tão grande há elementos da redação que nem se cruzam. Já o online “foi integrado da melhor maneira possível” e o diretor saber que “muitos melhoramentos já foram feitos e continuam a ser feitos para melhorar o site”.

## **A redação e as rotinas: reuniões, agenda e fecho**

### **Dia 1**

Às 11h tem início a reunião com todos os editores executivos juntamente com a direção. Anterior a esta reunião já houve outras. Cada editor reúne com os “seus” jornalistas.

Fui assistir à reunião e, contrariamente ao que tinha acontecido nos outros diários, o diretor pediu que a investigadora não ficasse na mesa, que de si era grande, e que iria ficar preenchida. E tinha razão. Aos poucos chegaram os 14 editores de todas as áreas e foram-se sentando, acompanhados de um bloco de notas e de um iPad. A investigadora posicionou-se num canto da sala, onde quase todos a podiam ver, mas sem grande contacto com os presentes. À chegada de todos, o diretor explicou o objetivo da minha investigação e o que pretendia avaliar.

Na parede estão afixadas as capas das últimas semanas dos principais segmentos do semanário: podem ver-se as capas do Semanário Expresso, do suplemento de Economia, as capas da Revista e as capas da Atual. Todas por ordem cronológica. O diretor dá início à reunião. É ele que pauta o ritmo, faz as interrupções necessárias e chama à atenção quando é preciso. O olhar está sempre no relógio e tenta fazer uma gestão positiva do tempo, para que a preparação do jornal decorra no espaço de 1 hora e meia, sensivelmente.

Ao seu lado tem dois blocos de notas e um telemóvel. O telemóvel funciona como uma secretária, onde toma nota dos prazos afixados e a agenda da semana. Também é no pequeno aparelho que faz sugestões. Nessa manhã recebeu uma mensagem que confirmava citações de um presidente sobre Portugal que iriam trazer polémica e às quais mais nenhum jornal teve acesso. O bloco de notas serve como apoio às críticas, no segundo toma apontamentos dos principais temas que vieram à mesa pelos editores.

Começa a reunião por assinalar os pontos menos positivos do jornal dessa semana. Não poupa as críticas e dá sugestões de como podia ter sido melhor. Chama à atenção dos editores responsáveis para as falhas e faz reparos na verificação de fontes. Um caso em particular chamou a nossa atenção por se prender precisamente com a cultura do sedentarismo das redações. Um artigo que saiu no segmento da economia e no qual a jornalista não aprofundou por não contactar diretamente com a fonte. Um outro caso surgiu nessa sequência, também relativo a fontes, em que um artigo inteiro da Revista

não acusa uma única fonte e fica demasiado preso ao jornalista. Um facto que não podemos ignorar do jornalismo de secretária que também parece merecer lugar no Expresso. Há outros pormenores que são debatidos: escolhas de capas menos bem conseguidas e manchetes que podiam ter resultado de outra forma.

Debateu-se também uma questão relativa a despesas: um jornalista optou por colocar, e segundo ele assim manda a regra, que o Expresso tinha visitado o Museu de Serralves, no Porto, a convite. Esta questão, que parecia menor no plano geral, revelou ser alvo de discussão de todos os presentes porque levanta questões de territorialidade – afinal o expresso tem uma delegação no Porto, porque precisaria o Museu de pagar a deslocação a jornalista de Lisboa? Depois, qualquer pessoa que não seja de Lisboa poderá sentir-se defraudado, já que o leitor poderá pensar que tipo de investimento faz um jornal para enviar alguém a 300 km de distância? Foram abordados os cortes do jornal e os orçamentos apertados. Daí que não faça muito sentido optar por escrever “o expresso foi a convite ao Museu de Serralves no Porto”, quando estamos a falar de algo que “é já ali ao lado”.

Uma vez ultrapassadas estas questões, um dos editores ligou o computador e o projetor. Na tela podíamos ter acesso à paginação da Revista, que encerra amanhã, e foi debatido a capa e os textos da história principal. Um dos editores sugere que, perante uma história tão profunda, de tanto relevo e exclusiva do jornal, que se pense numa estratégia de comunicação para o site. Mas nenhuma estratégia foi avançada na reunião. Por se tratar de um conteúdo controverso, a paginação é revista com cuidado e vários elementos vão dando sugestões de como melhorar as páginas.

A Revista terá outro segmento de entrevista a outra personalidade e discute-se se outras entrevistas já não foram feitas por outros jornais. Apenas o Diário de Notícias havia trabalhado em algo pequeno, pelo que continuaram o planeamento. Quando finalizam a paginação da Revista, já se delineiam temas para a próxima semana.

Segue-se a ronda pelas áreas temáticas. A que ocupa grande parte do tempo é a Economia, por terem um suplemento a seu cargo e por se encontrarem a fechar a edição da revista Exame. Seguem-se as sugestões da Atual e Política. Cada editor, que já fez a reunião prévia com os seus redatores, avança com os três maiores temas para essa semana, esmiuçando as fontes, protagonistas e ângulos de abordagem. Todos têm o plano do jornal, que já está estudado e só precisa de ser adaptado aos espaços que não

estão ocupados pela publicidade. Apenas notei a ausência de uma área durante a reunião: o desporto. Teremos que perceber, no decorrer da observação participante, a razão.

Notei que durante a reunião há um grande interesse na aposta de trabalhos com maior profundidade. É frequentemente referido que há jornalistas que são convidados a trabalhar em temas de investigação “que muitas vezes levam meses e meses a preparar”, salienta o diretor durante a reunião. A tradição de explorar temas de forma mais profunda e com um limite de tempo maior que o jornal diário resulta numa vantagem para o semanário que acaba sempre por oferecer um produto diferente. Muitas vezes trabalham com informação de construção de perfis. À custa disto, foi referido pelo diretor, que havia pedido um perfil há meses e não estava feito e agora o Expresso ia pagar por não ter isso pronto. A justificação dada pela editora responsável foi “falta de tempo”. Mas o diretor continuou a insistir que era preciso ter sido mais ágil e célere nesse processo, pois são coisas que podem ser programadas com alguma antecedência. Além disso, o semanário goza de fortes parcerias, como é o caso da SIC, que lhes oferece vantagens de integração e de convergência. Resta perceber ao certo quais são e como se processam.

A meio da reunião chega uma das editoras do online. Acompanha o final da reunião e vai tomando nota do que vai ser desenvolvido. Há temáticas que já se vão delineando estratégias para serem trabalhados no site. Mas nenhum dos editores aponta algo em concreto. O diretor e um dos editores: “como correu o site no fim-de-semana? Houve alguma novidade?” Pareceram-me mais ausentes do que acontece no espaço virtual, enquanto no papel não se poupam a ler os seus conteúdos e a serem críticos. Será mesmo uma ausência?

Ao falarmos no final da reunião com a editora contou-nos que está nesta função há muito poucos meses, desde o início do ano, e que ainda está num processo de adaptação e há muita coisa para fazer. Uma das primeiras coisas que apontou foi a organização da sala, em particular, do núcleo do online. É uma espécie de fila, mas em que trabalham costas com costas e a comunicação não flui de uns para os outros. Considerou “ser um problema que necessita ser mudado, mas quem está com o online já sabe que não pode apressar um processo que de si está sempre em mudança”, salienta.

Quase no final um dos editores volta a salientar que é necessário uma estratégia de comunicação para o assunto da Revista, exclusivo do Expresso. Sugere que a história vá sendo promovida e libertando, para o site, aos poucos, alguns conteúdos “podíamos ir libertando todos os dias pormenores, uma foto, um desenho, uma pequena citação para causar algum alarido à volta disso e se juntarmos a isso as redes sociais, no sábado isso está em todo o lado”. Mais uma vez, ficou a sugestão a pairar no ar, pois não houve nenhuma indicação concreta do que iria acontecer no site.

No final da reunião, o diretor informou-me que as reuniões de fecho só ocorrem às terças, quartas e quintas. À sexta-feira há uma reunião por volta da hora de almoço, que servirá de mote ao fecho do semanário.

## **Dia 2**

A reunião do final do dia teve como objetivo perceber como é que os temas lançados no dia anterior estão a ser desenvolvidos e quais os que vão sair. A grande maioria dos que estavam planeados mantiveram-se. Veremos o que acontece nos próximos dias, pois o semanário vive também do que pode aparecer, a qualquer momento, num diário.

Quem dirige a reunião é o diretor e foi dando orientações de possíveis alterações aos temas, fruto de reuniões que tinha tido durante o dia e que lhe permitiu saber contornos que os jornalistas desconheciam.

No online foi referido que uma jornalista, enviada à Colômbia no acompanhamento do Presidente da República, foi a que mais produziu para o online, a que o diretor apelidou de “enviada especial do online”. Não deixa de ser curioso que à distância se tenha produzido mais do que na redação. Os números do site também foram questionados e no dia estavam prestes a bater recordes por causa do atentado em Boston e esta informação veio do diretor adjunto que faz o acompanhamento ao minuto do Netscope.

## **Dia 3**

A reunião de fecho hoje também assume uma dinâmica diferente. O diretor estava ausente e um dos diretores adjuntos assume a função de reunir todos os elementos e de fazer uma síntese dos temas que já estão preparados. Cada um dos editores junta-se para dar o mesmo contributo. O diretor está a acompanhar ao telefone e online através do

sistema de back office. Mesmo ausente não deixa de manter o seu foco de atenção no fecho do jornal.

Não foi com muita surpresa que vimos o jornal praticamente pronto. A paginação estava bastante adiantada, deixando para o último dia questões de pormenor, como o encaixe das páginas, revisão de títulos e ajustamento das fotografias. No entanto, há uma questão importante. É que todo o planeamento só faz sentido se atendermos que ainda falta um dia para o fecho e as notícias que os diários do dia seguinte vão publicar poderão determinar grandes mudanças dentro do jornal. Como parte da estratégia do semanário as notícias não conseguem aguentar tanto tempo se pensarmos no hiato de tempo que o diário trabalho e a flexibilidade (pouca) que neste momento o Expresso tem. O risco é grande, pois o jornal não quer dar “informação repetida” e que já foi trabalhada por um diário do dia anterior.

Na reunião de amanhã vamos perceber o que efetivamente mudou face a esta expectativa perante a concorrência. Houve também referência a uma notícia que o diretor adjunto pensava estar a guardar para o papel, mas que, segundo a editora do online, o site já tinha avançado. Ficou no ar se o jornal eventualmente avançaria com essa notícia também na sua versão em papel.

## **Dia 5**

A segunda semana avizinha-se ainda mais complicada que a primeira. O diretor tem sempre pouco tempo e o planeamento da semana torna-se ainda mais difícil pela acumulação de tantas tarefas em tão pouco tempo.

A área da Sociedade, da Economia e da Política têm esta tarde uma reunião de planeamento de Verão, o que vai ocupar as atenções de todos os editores executivos de cada área específica para esta reunião e o que impossibilita a aproximação às três maiores áreas do jornal. Uma das editoras diz-nos que este tipo de reuniões costumam demorar muito tempo e já faz previsões para que não tenha tempo algum para falar comigo durante o dia de hoje.

Durante a reunião de redação notei que o diretor e alguns dos editores questionou a editoria do online como tinha sido o fim-de-semana. Como se estivessem estado ausentes e não soubessem o que tinha acontecido. Como se não fizesse parte do “ritual” verificar o que acontecia no site do Expresso. Acontece que, a política de folgas do

jornal mudou. Antes quem trabalhava ao fim de semana era pago por isso, hoje é valor adquirido. Como tal, a redação reduz-se a muito poucas pessoas. No online isso significa duas. Essas pessoas trabalham numa lógica de manter o site, do que propriamente produzir algo de novo ou de raiz. Apesar de, admite um dos editores, “já começar a notar alguns traços de autonomia e maior iniciativa. É a experiência”, conta.

## **Dia 9**

As reuniões da semana já estão a arrancar às 10h30 da manhã. Cada editor de já esteve com os seus jornalistas para não ir para a reunião de editores de mãos a abanar. Mas segunda-feira é sempre um dia mais calmo do que todos os outros. Os jornalistas a cada esquina e a cada corredor ainda comentam a edição de sábado, o que resultou, o que “foi muito bem conseguido”. A revista deste fim-de-semana foi particularmente comentada. O seu trabalho gráfico foi dinâmico e irreverente, a lembrar um jornal marcadamente político, mas de intervenção e que não segue os outros.

## **Dia-a-dia na redação**

### **Dia 1**

O editor do online enquanto fala faz mais cinco coisas em simultâneo, próprio de quem está habituado a este ritmo. Confessa que a experiência dita o sucesso do seu trabalho e que na verdade o que calibrou para este tipo de trabalho foi ter trabalho primeiro numa agência de notícias. Ali, tudo tinha que ser para o imediato, para o agora e com a rapidez própria de dar a informação para outros a puderem trabalhar. Aqui, o processo é o mesmo, só muda a forma como trabalham o conteúdo. Há espaço para trabalhar conteúdo, nas suas diversas formas, seja através de fotos ou infografias. Destaca estes dois conteúdos por achar que a maior parte dos leitores, quando faz o acesso ao site, é no seu local de trabalho e não terá tempo para ver e ouvir um vídeo. Já para a leitura rápida de uma notícia ou a visualização flash de uma galeria é não só mais provável, como apetecível.

### **Dia 2**

O dia começa calmo. Hoje não há reuniões durante a manhã, pois há várias publicações a fechar e a única reunião prevista é mais logo à tarde. É assim todas as semanas. E, uma vez que à segunda-feira são estipulados os temas que vão ser trabalhados, não faria muito sentido todas as manhãs voltar ao mesmo. A redação está quase sempre calma.

Não há grande agitação e parece-nos quase que estamos num modelo híbrido ou paranormal. Habituei-me à agitação de um diário que ainda não consegui perceber, pelo menos não inteiramente, o pulsar de um semanário. O próprio diretor já me havia avisado que o ambiente teria picos: uns mais baixos e outros mais altos. Ele próprio, vindo de uma redação de uma estação televisiva teve dificuldades, no início, em se adaptar a este novo ritmo. O mesmo não quer dizer que não haja trabalho. Há sempre. A informação de profundidade a que o semanário habituou a sua audiência.

A meio da tarde acompanhamos a política. Na secretária o editor tem uma televisão de pequenas dimensões sempre ligada na Sic Notícias e dois computadores a trabalhar em paralelo. Afastou-se um pouco do seu trabalho para me falar de como faz o planeamento da semana. Em regra à segunda - tal como aconteceu ontem - já leva uma série de sugestões de temas que vão ser tratados para a próxima edição, mesmo sabendo que a meio da semana isso pode ser alterado. E admite que, quando reúnem “à segunda-feira sabe o que vai manter em 70% dos casos”. E é essa a grande vantagem de trabalhar com tempo, pois permite aprofundar coisas que numa base de publicação diária não é possível. Gosta do que faz, sente paixão por isto, nota-se pela maneira como fala sobre política e sobre a sua secção.

É a mais característica do jornal e vive muito da marca política. Os jornalistas que compõem esta área são muito experientes e conseguem dar uma “carga de contexto que outros jornais não conseguem ter”. Leva tão a sério o seu trabalho que insiste sempre em estar constantemente a rever e a alterar a paginação. Constante também é a permanente articulação que vai desenvolvendo com os gráficos, com os fotógrafos e com os próprios jornalistas: “estamos sempre a trabalhar em conjunto, mas os gráficos chateiam-se por eu gostar de mudar muita coisa”, conta.

Cabe-lhe destacar certos jornalistas para tratar de certos assuntos e, apesar de cada um ter a sua autonomia, é ele que no final faz a gestão do produto final. A fotografia é algo que toma sempre muita atenção “por saber que carrega imenso valor simbólico e ocupa muito do meu planeamento”.

No fundo trata-se de olhar como um todo e não para um conjunto de notícias em separado. Além disso, há uma luta, renhida mas muito transparente, pelo número de páginas de cada jornal. Admite “ser competitivo nesse aspeto, pois quer sempre ficar com o maior número possível”. E enquanto fomos acompanhando o seu trabalho,

aconteceu isso mesmo. Sem uma das secções ter percebido já tinha perdido páginas a favor da Política. Revelou um sorriso, de alguém que acaba de roubar um doce a uma criança. Também compete pelas manchetes do jornal e só descansa quando consegue ver que “ganhou as manchetes da primeira página”. Chama-lhe de competição saudável, pois julga acaba por gerar nos outros colegas a “mesma fome pela liderança dentro do próprio jornal”.

Trabalhar num semanário tem picos. Este editor relata que regista uma concentração maior da atividade jornalística a partir de quarta-feira. Não consegue distinguir quem se adaptou a quem, mas assume que “a agenda política tende a sincronizar-se com o tempo do semanário”. É um fato curioso, mas não podemos tirar conclusões sobre quem se adaptou primeiro.

E depois falamos de uma temática que é extremamente sensível em vários aspetos. Os assuntos vivem muito da agenda política e os jornalistas desta secção também. É frequente estarem mais ausentes da redação, precisamente pelo contato constante com as fontes ser essencial para a realização do seu trabalho. E falamos de contato presencial. Enquanto, por comparação, “a área da Sociedade sai mais em reportagem mas o contato com fontes passa muito por telefone”, lembra.

Apesar de estarem a desenvolver o trabalho fora da redação o editor admite que “no final há sempre um apuramento dos resultados” e percebe-se que até agora têm sido muito positivos. O mesmo acontece com os jornalistas que estão fora a acompanhar os políticos, como foi o caso, desta semana, de uma jornalista na Colômbia a acompanhar o Presidente da República. Mesmo à distância o contato com o seu editor é constante e o olhar sobre o site também, transmitindo frequentemente o que poderá ser vertido para o online e o que vai ser guardado para o papel.

### **Dia 3**

Em dia de aproximação de fecho do jornal a redação parece fervilhar um pouco mais do que nos outros dias. Sabemos que a dinâmica é diferente, mas ainda continua a parecer estranho ao entrar ouvir tanto silêncio. Hoje, os telefonemas são constantes, o teclado não pára de bater e os jornalistas estão mais presentes na redação. Trocam informações entre si e debatem com os editores as melhores fotografias, os melhores enquadramentos e os melhores ângulos.

A Política, retratada por um dos editores como “a mais ausente da redação”, hoje está em peso e ocupa a primeira linha da redação junto aos editores. Para um jornal marcadamente político nota-se uma preocupação maior com esta área e a massa que marca presença hoje comprova isso mesmo.

Hoje, em dia de acontecimento marcadamente político - note-se que de facto a agenda política parece acompanhar o ritmo do semanário ou o contrário, não sabemos - e o dia começa bem cedo. Às 9h da manhã havia uma conferência de imprensa agendada, dando conta dos últimos desenvolvimentos do governo e das decisões que seriam tomadas tendo em conta a decisão do Tribunal Constitucional. A reunião transitava de ontem e só acabou de madrugada. Mas bem cedo pela manhã os jornalistas já teriam acesso, através de uma conferência de imprensa, quais as decisões.

A equipa do online já antecipava um cenário de trabalho. Uma vez que a reunião de ministros teve início durante a tarde do dia de ontem, foi decidido pela equipa que se faria um acompanhamento ao minuto da conferência de imprensa. Este é “um processo muito habitual e que o Expresso usa muito”. Só faltava saber a que horas seria a dita conferência.

Questionamos a equipa se tinha sido enviada uma equipa de jornalistas para a conferência. Um dos editores disse que “na verdade não era necessário pois iríamos ter acesso à conferência via vídeo, fruto da parceria com a Sic”. Por isso, as indicações foram de trabalhar o discurso a partir da redação.

Os responsáveis do online não conseguiram chegar a um consenso sobre “quem tinha avisado primeiro a redação”. Um dos editores dizia que tinha “enviado uma mensagem para a jornalista que já fazia o primeiro turno”, enquanto o coordenador afirmava que tinha “ligado para duas pessoas da redação a informar que a conferência de imprensa teria lugar às 9 da manhã”. Protagonismos à parte, o importante é que a jornalista “que costuma chegar meia hora antes do previsto” já estava a par do que iria acontecer.

O coordenador do online disse-me que a sua função é muito semelhante à da editora, pois estão habituados “a trabalhar em parceria”. Na verdade, eles estão na mesma secretária, mesmo em frente um ao outro e isso acaba por se refletir no trabalho que vão desenvolvendo. Durante o período que estivemos junto deles, raramente comunicaram

um com outro, notando-se mais procura, dinâmica e diálogos da editora com outros editores das secções temáticas.

Assim que terminou a conferência era tempo de obter reações ao que tinha sido dito e logo se seguiu uma avalanche de comentários, dos partidos e dos sindicatos, ao que acabava de ser proferido. O Expresso teve um facto curioso: era o único meio online que utilizava um título diferente dos restantes, remetendo para o corte do subsídio de férias, enquanto todos os outros se reportavam ao subsídio de natal. É uma questão interpretativa e de difícil descodificação.

O discurso político foi de tal forma incompreensível que os jornais estavam a ter alguma dificuldade em perceber o que estava em cima da mesa. De forma a credibilizar e legitimar este título, optaram por inserir um vídeo de 30 segundos, com uma breve explicação em dois parágrafos, das “exatas palavras do ministro em relação ao subsídio”. Claramente um conteúdo convergente. Ou assim parece. A verdade é que não foi nenhum jornalista que cortou aquele trecho e o colocou online. A Sic, parceira do mesmo grupo económico, havia disponibilizado aqueles exatos 30 segundos na sua página e foi esse o conteúdo que foi aproveitado para o site.

O Público, por exemplo, não adotou a mesma estratégia. Fez uma grande notícia principal com os links para as diferentes decisões do governo. Note-se que mais nenhum jornal optou por esta estratégia. Limitaram-se a texto e fotografia e reações.

O núcleo online começa de imediato a trabalhar nos pontos menos destacados da comunicação, “pois nunca se sabe o que pode surgir daí, algum aspeto que possamos não estar a captar” e desenvolver cada um deles. Além disso, uma vez que esta é uma decisão que acarreta uma série de notícias de há alguns meses e decisões que foram tomadas recentemente, os jornalistas do online já se encontram a preparar informação para fazer uma comparação entre o antes da decisão e do depois.

#### **Dia 4**

Hoje é sem dúvida o dia de maior afluência ao jornal. A redação está cheia e todos se movimentam o melhor que sabem, e podem, para que o jornal feche a tempo. Entre as secções os editores são uma presença constante junto dos jornalistas, dando “os últimos retoques” ao que vai entrar no jornal.

A sugestão do início da semana em promover no site um assunto exclusivo da revista verificamos que tem presença hoje no site. É apenas uma galeria fotográfica, mas aguça a curiosidade e poderá eventualmente fazer com o leitor queira saber mais sobre aquele assunto. No caso do papel, a comprar a edição, no caso do Ipad também, já que este tipo de conteúdos, bem como os da revista ficam disponíveis a partir de logo à noite.

Durante a tarde já conseguimos ouvir as indicações do diretor do online para a preparação de conteúdos para o online da próxima semana. Os visados são os jornalistas da política, “você percebem mais disso que eu”, diz o diretor. E pouco tempo depois o mesmo processo é repetido, mas desta vez pela editora da área da Sociedade. Dirige-se sua secção e dá indicações a uma das jornalistas para começar a preparar alguns temas que vão sair amanhã no jornal em papel, para o online. A jornalista inicialmente recusa, pois diz não perceber a razão, já que antes “não se fazia assim”. A editora argumenta com um simples “mas tem que se fazer caso contrário na segunda-feira levo nas orelhas”. Provavelmente advertida que não haveria grande promoção de temas da sociedade no online, tenta agora fazer uma inversão desse cenário.

Perto das 18h ainda há tempo para algumas reviravoltas nas notícias do mundo. A área do internacional recebe a confirmação das notícias vindas de Itália e dos resultados eleitorais. Estes jornalistas estiveram a tarde toda em contacto com o diretor, por telefone, e a acompanhar as principais televisões, jornais e rádios italianos para começar a preparar a notícia.

## **Dia 5**

A Política está com bastantes jornalistas hoje e já reuniram logo pela manhã com o diretor. Mas a investigadora é mantida à distância desse conteúdo. Um dos jornalistas na mesa afirma que está no centro de uma investigação política e ficou na redação até às 5 da manhã e afirmou que “li mais de 800 textos que o político (Portas) assinou”.

São bastante críticos também na forma como o online trata determinados assuntos no site. Um assunto que o Expresso lançou no fim-de-semana prendia-se com as recomendações da OCDE para Portugal. Apenas o semanário conseguiu essa matéria.

O que acontece foi que no dia de hoje todos os outros jornais agarram nesse texto e fazem manchete com essa informação. O online revela alguns problemas na opinião de uma jornalista na política e afirma a alto e bom som “isto é um bom exemplo de como

isto funciona mal”. Enquanto os outros jornais avançam com pelo menos uma medida, o online do Expresso opta por um título mais generalista enquanto a jornalista de política acha que o título seria mais eficaz se fosse uma ou outra medida fossem destacadas. Remata um outro jornalista, parece que às vezes “é mais importante a forma do que o conteúdo”.

A jornalista é bastante crítica ao núcleo. Diz entre conversa com outra jornalista que esta equipa está “mesmo a precisar de cursos de formação online”, para aprenderem a lidar com estas situações em vez de “se perder tempo com reuniões de sete pessoas que não levam a lado nenhum”.

## **Dia 7**

A manhã no jornal é atribulada. Não só porque é dia de fecho, mas porque sem ninguém prever, o parlamento aprovou a co-adoção de crianças entre casais homossexuais. A notícia vai ter grande destaque durante o dia de hoje e já que o semanário sai amanhã terá que tratar deste assunto com alguma profundidade. As áreas da Sociedade e da Política já se mobilizam para arranjar jornalistas que tratem do assunto e o diretor já foi informado do que aconteceu.

Rapidamente têm que tratar das alterações na própria paginação uma vez que por esta hora já estava tudo mais ou menos decidido.

De imediato todos os sites têm a informação em “última hora” ou “em atualização”, já que o alerta foi dado pelas televisões. Interessante é que há diferentes formas de escrever a palavra que por causa do acordo ortográfico suscita tanta discussão: temos no Expresso e no Diário de Notícias “coadoção”, no Jornal de Notícias vemos escrito “co-adoção”, no Público e no Jornal I lê-se “co-adopção”.

Outro aspeto interessante de analisar é que o Expresso de forma a preencher mais a notícia, algumas horas depois publicava a proposta do PS na íntegra, pronto a ser descarregado. Já o Público optou por uma estratégia diferente dissertando sobre os principais intervenientes na votação e no final um inquérito à notícia para tentar perceber a opinião geral da audiência. Esta estratégia resultou em 3900 partilhas e cerca de 2000 para o Expresso.

Na mesma linha de pensamento está o contacto com as fontes. Se por um lado é verdade que utilizam mais o telefone para estabelecer esse contacto, não é menos verdade que muitos destes jornalistas privilegiam o contacto cara a cara. Há uma confiança instalada que lhes permite estabelecer esses vínculos com as suas fontes (até mesmo por telefone). Mas por vezes o seu trabalho não permite que falem sempre cara a cara.

Mas daí talvez também as diferenças nas saídas da redação. Nota-se que estes profissionais vão mais vezes ao terreno, perto da informação e perto da fonte. Contou-nos o diretor que há jornalistas que dentro da sua área de especialização “vão a todos os colóquios, conferências, cocktails se isso significa estar perto da fonte”. Até poderão usar o telefone para o primeiro contacto ou como forma de agendamento ou planeamento do seu dia, mas preferem inevitavelmente o contacto direto.

### **Dia 15**

A economia tem muitos profissionais que ainda “saem muito da redação atrás das histórias e que se dedicam mais às reportagem e ao jornalismo de investigação, que o jornalista gostaria de ver “em maior número” no jornal.

A parceria com o canal de televisão do grupo assegura claramente uma maior vantagem para a Sic já que segundo o editor “não tem editoria de economia” e desta forma consegue todos os dias ter um especialista a comentar a atualidade económica. Cerca de 70% da equipa de Economia do Expresso está habilitada para fazer estes comentários, mas não obrigam todos a fazê-lo até porque nem todos “têm apetência para a área de televisão”.

“Ir para a frente das câmaras”, nem sempre é fácil refere o jornalista quando se trata de um espaço de opinião, sempre tão subjetiva e que não está isenta, de todo, de críticas. Vão-se revezando em escalas previamente definidas e cada um é “responsável por levar o seu tema” de forma que a preparação é muito individual. Esta parceria conseguiu por um lado “dar mais visibilidade aos jornalistas que antes eram apenas um nome, agora têm um rosto associado” e ao mesmo tempo “reconverteu alguns jornalistas obrigando-os a fazer coisas diferentes daquilo que estavam habituados”, conta o jornalista.

Talvez a maior desvantagem seja a incompatibilidade e a sobrecarga que acaba por recair em quem tem que se dirigir ao canal de televisão. Estes jornalistas de imprensa normalmente saem a horários tardios da redação pois começam a trabalhar por “volta

das 10h ou 11h da manhã”. Mas quando é dia de comentário têm que estar nos estúdios às 8h da manhã.

O difícil é gerir tantos fluxos de informação direcionados para a economia, pois “a incapacidade de tratar de tudo” é visível em algumas alturas. Por ser uma área tão transversal, em que é tão importante falar de “publicidade como de macroeconomia” as solicitações aumentam de dia para dia. Nunca pensou que a solicitação pela área económica fosse crescer tanto e fosse durar tanto tempo. Disse-nos que “é cansativo pois já dura há muito tempo”.

Têm também dois coordenadores na equipa e um dele inteiramente dedicado ao online. O editor classificou no início a coordenação como sendo “multimédia”, mas referia-se sim ao canal de economia do online. Este coordenador faz uma leitura atenta do que acontece “não só nos sites especializados nacionais – que são muito bons – mas também o que se passa lá fora”, conta. Diz que a sua equipa são como “consumidores de informação online”. O fluxo de informação é constante e trabalham muito próximos da equipa do online. Fisicamente estão lado a lado e em termos de conteúdo também pois sabe “potenciar o papel para o online”.

Há muitas vezes a ideia instalada, segundo o jornalista de economia, que um semanário se adaptaria bem ao esquema do jornalismo online, mas ele admite que a redação sentiu muitas dificuldades em adaptar-se e que “é mais fácil a adaptação para um jornal diário”. Já perceberam que a web tem de ser prioridade e em termos de receitas isso ainda não acontece mas muito provavelmente acontecerá. Estão mais atentos aos modelos de negócio que os restantes jornalistas “consciencialização do modelo de negócio.”

Sabe também que o papel é um “modelo de negócio em falência” e que todas as redações têm que procurar um reajustamento se querem continuar na corrida ao ver, todos os dias, a “erosão das receitas do papel”. As mudanças nos conteúdos também são afetadas pelas dificuldades em lidar com novos esquemas de horários. Se antes a prioridade do Expresso era guardar para o papel, agora “quando tentamos guardar para o papel perdemo-lo”

## **Publicação e gestão de conteúdos**

### **Dia 1**

Um dos objetivos do núcleo do online é dotar todos os jornalistas de conhecimento de como trabalhar em back office, pois isso já “facilitaria muito do nosso trabalho”. Muitos não sabem sequer inserir uma fotografia. Além disso, trabalhar de forma adequada com o equipamento traria elementos positivos na comunicação entre os elementos da redação e facilitaria todo o processo de integração entre os jornalistas.

Os editores, quando conseguem ter mais tempo entre si, planeiam o que querem fazer para o site. Esta dinâmica, tão própria do virtual, requer pensamento cuidado, para estar à frente de todos os outros. E isso passa também por modificar a gestão das reuniões. Um dos editores classifica-as como “pouco produtivas” e podiam ser direcionadas para planejar por exemplo qual vai ser o assunto que o site vai querer investir no dia seguinte. É preciso uma estratégia pois o tempo do experimentalismo está a terminar. Diz um dos editores “que começa a crescer na cabeça dos jornalistas que é preciso fazer, fazer, fazer”.

As decisões editoriais do site passam todas por aqui ou pelo diretor. Mas a maior parte é decidida aqui. Os editores estão habituados a visitar regularmente o site, até em casa não conseguem fugir quase à tentação de ver o que está a ser publicado e como está a ser publicado.

É frequente o editor olhar para a página e perceber o que melhor vai resultar e o que é que vai dar mais *pageviews*. E consegue perceber, através dos comentários que circulam na rede, os assuntos que mais interessam o leitor e também os que mais preocupam. Por exemplo, durante a tarde o editor online fez a sugestão à área internacional para construir, para o site, mais informação sobre o que está a acontecer com a Coreia, já que os leitores demonstram grandes preocupações em torno do assunto.

## **Dia 2**

O site obriga “a seguir a atualidade e não tem propriamente horário de funcionamento”. E o diretor confirmou a ideia deixada ontem por um dos editores quando nos contava que até em casa seguia o site. O episódio de ontem caracteriza precisamente isso. Quando a redação já só contava com poucos jornalistas a trabalhar, surge a notícia de uma explosão em Boston. O que aconteceu foi que tanto o diretor como o editor, a partir de casa, foram dando as orientações necessárias para a cobertura online do que estava a acontecer. Resultou de um esforço em comum e de uma parceria que parece habituada a

trabalhar mesmo quando saem da redação. O acompanhamento foi feito também com um correspondente nos EUA e a notícia podia ser lida acompanhada de uma galeria fotográfica de agências e um texto que descrevia os acontecimentos à hora. Ponto menos positivo: no final da página podemos ver “infografia”, que não é mais do que uma fotografia panorâmica legendada e com círculos vermelhos a apontar o local da explosão. Como nota, o Público tinha mais de 5 vídeos sobre o acontecimento, incluindo um depoimento de uma atleta portuguesa (da TVI) e que direccionaram para o site.

Para o editor de Política o planeamento é a parte crucial do seu trabalho: “saber que o que é planeado e o que depois é publicado é uma espécie de fole que vai esticando ou encurtando conforme a atualidade se vai desenvolvendo, à medida que a semana avança e claro olhando sempre para o que os outros meios estão a fazer”. Mesmo assim tem perfeita consciência que há uma grande diferença entre o que planeia e o que se torna atualidade. A pressão é essa mesmo.

A isto acresce uma outra dificuldade. Por se tratar de um semanário os jornalistas debatem-se muitas vezes com o que publicar: um assunto já trabalhado por outros jornais mas que pode ser explorado e que tem interesse para o público ou um assunto novo? Admite que esta dúvida “faz parte de muitas reuniões e por vezes é um verdadeiro braço de ferro para chegar a uma decisão”.

As notícias para o online são pensadas de outra forma. Alguns jornalistas da Política já estão habituados a produzir para o site, mas o editor admite criar barreiras aos elementos do online pois “por eles ia tudo parar ao site”. Quando questionamos qual a estratégia utilizada respondeu que “são principalmente as histórias que não vão aguentar ser divulgadas até sábado”. Aí prevalece o fator rapidez. Caso contrário, é perentório e afirma que “guarda o melhor para o papel”. A gestão é difícil, pois durante muitos anos foi dito que a prioridade era o site, mas os números revelaram que o site sem o papel não tem viabilidade, e o contrário também é verdade.

Cria-se uma espécie de “equilíbrio instável” entre as secções, pois o online não tem “a sensibilidade que a secção tem”, mesmo com a forte experiência dos seus elementos. O editor julga ser necessário uma melhor gestão nas escolhas das notícias e sem dúvida que “colocar tudo não é a solução. Já se experimentou isso, na época dourada dos sites, e não resultou”. O que resulta, conta-nos, “numa fúria para por tudo no online”.

Quando questionado se a política aposta numa política de conteúdos convergentes, revelou que o que mais utilizam é o vídeo, através dos comentários políticos e que isso dá outra visibilidade à notícia, chama leitores e produz “burburinho em torno do site”.

Sabe porém que é vital alimentar a plataforma. Não poderia ser de outra forma. É na gestão que reside o problema e não pensar que tudo vai servir a plataforma virtual sem regra e sem planeamento. Coloca-se no papel de leitor. Sabe que, um leitor médio do jornal que esteja minimamente atento ao que vai acontecendo, poderá não comprar o papel. Ora se tudo estiver disponível, vai comprar o jornal em papel por que razão? Não faz sentido. E o público online ainda não está definido, talvez nunca se defina e sem isso será difícil fazer investimentos só na plataforma da web.

### **Dia 3**

O diretor para o online contou-nos que o seu dia começa bem cedo e logo a partir de casa, pelo menos durante meia hora, vê os canais de notícias para se colocar a par do que “aconteceu enquanto dormia”. Meio a dormir, meio acordado, vai absorvendo todas as notícias transmitidas para que, quando chegar ao local de trabalho, já tenha “perfeita noção do que terá que ir para o online”. E não há descanso. Até no caminho ouve os principais noticiários para “não escapar nada”. Foi assim que soube, no dia de hoje, que a conferência teria início às 9h. Ainda no carro ligou à jornalista e deu indicações do que haveria a fazer, muito embora o plano já estivesse articulado do dia anterior.

A partir do momento que chegou à redação foi só orientar e coordenar o trabalho que estava a ser feito, sem esquecer as restantes notícias que precisavam de ir para o site. A editora também revelou um cenário parecido. Disse-me que este tipo de notícias “são as que se podem mais ou menos esperar que aconteça”. A atualização minuto a minuto teve o seu início às 8h37 da manhã. A jornalista ia divulgando no site à medida que os ministros iam falando. Acontece que, em casos como este, parte da informação pode estar “codificada” e ser de “difícil leitura”. É aqui que entra o diálogo permanente com as restantes secções, no sentido de ajudar a descomplicar e a clarificar um assunto que não tem “grande leitura ou leitura fácil”. Aqui foi importante a intervenção, não só da área da política, mas da economia também para melhor decifrar o que estava a ser dito.

Esta parceria é feita sem grandes formalismos, em que se grita para o lado de lá da sala “o que é o gajo quis dizer com isto”, num diálogo de proximidade com os colegas e em que a redação trabalha como uma só. Este não é um caso isolado. Conta a editora que, quando trabalham com assuntos que não dominam, o núcleo do online “obriga-se a ir perceber do assunto”, pois é não só uma maneira de aprender como poderá ser muito útil ter um olhar “que não está contaminado”.

A questão do planeamento das notícias que vão para a plataforma é interessante. Ao contrário do que acontece, por exemplo no Público, não há informação que decorre da noite anterior. Não há grande preparação e “é raro transitar qualquer tipo de informação de véspera”, conta um dos editores. Só há um verdadeiro planeamento quando sabem de coisas do dia anterior que é possível fazer até à hora de saída e para publicar logo de manhã. Aconteceu isso hoje, com uma manchete que já estava preparada, incluindo título, fotografia e reações. Um trabalho completo que tinha sido preparado e estava pronto a ser divulgado.

Muitas vezes os trabalhos que são pensados para o papel, são posteriormente convertido para a plataforma web, outros são programados pela própria equipa e ainda há os projetos que são só pensados para o online, pelo fator de atualidade não terão tempo de transitar para o papel. Tudo o que é pensado para o online sai obrigatoriamente na versão para Ipad e integra o tal conjunto de elementos extra que já nos tinham falado.

Isto é um semanário e como tal os fluxos da equipa de infográficos também sofre – ou tira proveito disso. O editor acredita que por ter um período mais longo de trabalho permite que a equipa se organize de uma melhor forma e dá espaço para planear trabalhos que estão fora da agenda. Considera a quarta e a quinta-feira como os dias de maior trabalho e maior pico de stress, pois habitualmente reservam a sexta-feira para fazer pequenos retoques e para começar a pensar a semana seguinte. Neste dia a Revista, como tem o seu fecho à segunda, é a prioridade para estes profissionais.

As infografias mais elaboradas são poucas, talvez “10 por mês ou menos”, revela. A maioria dos trabalhos que fazem resultam em gráficos pequenos. Os dados são normalmente fornecidos pelos jornalistas das secções e eles transformam essa informação em gráfico. Trabalham usualmente em Flash, que lhes permite uma maior variedade na construção interativa, e recentemente começaram a utilizar o programa

Edge (só dois dos profissionais sabem trabalhar neste programa), para Mac, já que o Flash é incompatível. A formação, em ambos os programas, foi feita e paga pelo jornal.

Esta não é a primeira formação para estes jornalistas. O próprio grupo económico, há alguns anos, deu início a uma vaga de formações precisamente na área de convergência mas que “não tiveram depois grande aplicabilidade. A prática modificou tudo”, conta.

Os trabalhos que realizam normalmente são pedidos pelas secções, mas também produzem algumas coisas de forma autónoma, mas é cada vez mais raro. Há uma parceria temática e de ideias convergentes para um produto diferente, para uma nova maneira de dispor a informação.

#### **Dia 4**

Os profissionais mais ligados à multimédia do jornal encaram o site de forma “menos positiva. É a disposição das notícias e o espaço da manchete diretamente para a atualidade, mas o restante é além de confuso, um espaço morto com notícias que já têm semanas às vezes”, conta o jornalista. Pensa-se pouco nestas questões e o ritmo do online parece-me que é mais perto do “ir fazendo a atualidade e não se preocupar com o resto”.

As notícias que são publicadas no online podem variar na sua construção e na sua divulgação. A partir de uma notícia elaborada por um jornalista da secção, mais notícias podem ser subdivididas em mais duas ou três. Acontece que não é apenas a primeira jornalista a fazer isso. Essa multiplicação pode passar por alguém do online ou até alguém que esteja diretamente envolvido com parte da produção da notícia. Argumentava hoje uma das jornalistas que “estava farta de queimar notícias para o online”, referindo-se ao facto de que teria de guardar alguma coisa para a versão em papel.

#### **Dia 15**

Para a economia o difícil é gerir tantos fluxos de informação direcionados para a economia, pois “a incapacidade de tratar de tudo” é visível em algumas alturas. Por ser

uma área tão transversal, em que é tão importante falar de “publicidade como de macroeconomia” as solicitações aumentam de dia para dia. Nunca pensou que a solicitação pela área económica fosse crescer tanto e fosse durar tanto tempo. Disse-nos que “é cansativo pois já dura há muito tempo”. Para não prender jornalistas sempre às mesmas funções há uma coordenação rotativa. Todos os meses há um responsável que “auxilia no fecho, escreve rubricas ficas e edita textos”, para criar mais laços entre os jornalistas e “um espírito de solidariedade entre todos”.

## **Os jornalistas: papéis, cultura e geração**

### **Dia 1**

A produção de conteúdos é quase exclusivamente feita pela equipa do online embora “uma pequena percentagem comece a colaborar com o online”, diz um dos editores. É difícil mudar uma tradição habituada a escrever para o papel e o esforço desta nova equipa tem sido “em começar a fazer ver que o online é mais uma das editorias.” O site era muitas vezes visto como o último recurso, como o último sítio para onde as notícias vertiam. Hoje já não é assim, nem pode ser a assim. Até aqui, de facto, não havia grande estratégia. Passou-se pela fase de “colocar tudo o online até perceberem que estavam a matar o papel”. Depois passaram por uma nova fase, de apenas copiar para o online o que estava a ser feito no jornal tradicional. Nunca houve uma estratégia clara do que se queria fazer. Hoje em dia os editores trabalham no sentido de mudar o rumo das coisas, e principalmente de mudar mentalidades, obrigar os jornalistas “a pensar o online”. Os jornalistas encaravam o online como uma sobrecarga ao seu trabalho diário e não um potencial para o desenvolvimento do seu trabalho.

Depois, uma dificuldade que os editores foram notando com o tempo é que é muito difícil explicar a estes jornalistas que trabalham para um semanário, a urgência da publicação. Confessa “talvez esse aspeto seja um dado adquirido num diário, que trabalham para a notícia do dia, mas não aqui”. Acrescenta “é urgente mudar esta mentalidade.”

Alguns jornalistas já começaram a perceber o alcance do online. Especialmente quando se fala na sua relação com o público. Conseguem perceber o verdadeiro alcance do seu trabalho e isso é algo que os motiva a fazer mais coisas para o site e “gera entusiasmo”. Fonte deste investimento deu os seus frutos: o site do expresso subiu quatro lugares no

ranking o que faz pensar que estão no caminho certo, admitindo que ainda há muito por fazer e muito por onde melhorar. Porque “o online continua a ser jornalismo, e bom jornalismo, só muda o suporte”. Torna-se difícil pensar no suporte de forma diferenciada, mas se o objetivo último for o leitor, não há como enganar. Os públicos do expresso também são muito diferentes e a redação já percebeu isso. Daí a necessidade de ter que trabalhar os conteúdos de maneira diferente.

Em relação ao retrato do jornalista que compõe a redação, grande parte deles apenas escreve. Já o núcleo do online domina uma série de ferramentas, pois o seu trabalho assim o exige. Mas admitem recorrer, por exemplo, à editoria de fotografia para tratamento fotográfico se sabem que o trabalho vai ficar valorizado por isso. Mas a tendência é “para evaporar-se o jornalista canivete ao contrário do que muitos pensavam”. Justifica este desaparecimento como positivo se isso significar que o jornalista enquanto se preocupa em captar vídeo estiver a perder o conteúdo da sua notícia.

Já temos os dados demográficos da redação: são 80 jornalistas que trabalham para o Expresso, mas este número não contabiliza os colaboradores. Estão incluídos, sim, os três jornalistas no Porto. Uma diferença díspar mesmo para uma delegação.

## **Dia 2**

A marca Expresso é forte junto do leitor e “à mínima descaracterização poderá sentir-se defraudado”, conta um dos diretores adjuntos. Outra forma de reforçar esta identidade foi através dos espaços de opinião que já eram fortes no papel, agora só têm que ter um mesmo espaço - exclusivo - no online. É um destaque de informação muito típica do semanário e à qual se junta o rosto de quem a escreve, precisamente para cimentar a marca do jornal. Se o leitor se identifica com os rostos, cria uma maior ligação ao jornalista - ou ao convidado que escreve neste espaço - e conseqüentemente um vínculo muito maior ao jornal. Com o espaço dedicado à opinião abre-se precedentes para “um maior pluralismo e da opinião diversa”. Foi o diretor adjunto quem redesenhou este espaço e também foi ele o responsável pela contratação de alguns destes rostos.

Os conteúdos do jornal são pensados também com a intenção de preservar a identidade do Expresso. Para um jornal que tem uma posição tão forte no campo político, tende a absorver os assuntos da agenda política e a estar na linha da frente nos assuntos desta

área. O diretor afirma que “o jornal não busca o tráfego pelo tráfego”, sob o risco de se descaracterizarem. Mesmo sabendo que uma determinada notícia poderá potencialmente provocar um acréscimo de tráfego, não significa que o Expresso a vá dar se isso significar um rompimento com a linha editorial.

O diretor contou que os leitores mantêm-se em contato com a redação, principalmente através de email e os jornalistas, sempre que podem, vão dando resposta. Mas no que respeita aos comentários não demonstrou grande preocupação. A uma certa altura confundiu gestão de comentários com censura aos comentários. Mas não é disso que se trata. A gestão que atualmente é feita é diminuta, mas não parece preocupar. Referiu que “os que utilizam este espaço não são mais de 50” e justifica este cenário argumentando que “em Portugal não há tradição de debate ou construção de pensamento crítico sobre um determinado assunto. Não se esgrimem ideias”. E não deixa de ser verdade, ainda assim devia ser gerido com maior cautela. Afinal, o que está na web também faz parte da identidade do jornal.

### **Dia 3**

Num semanário como o Expresso há também muita tendência “para guardar notícias para o fim-de-semana, mas às vezes isso não é possível, porque o online vive da atualidade”, argumenta o jornalista. O editor afirma mesmo que “guardar as notícias para o papel está condenado ao fracasso”.

O editor referiu também que gostava de ver os restantes jornalistas participar de forma mais pró-ativa na sua relação com o site do Expresso. Sabe que “há jornalistas e jornalistas” mas lamenta que muitos ainda não tenham percebido o alcance da plataforma. O núcleo continua a fazer a maior parte das notícias, numa altura que seria esperado que as secções dessem um contributo maior.

Contou um episódio que aconteceu no dia anterior em que ao perceber que uma notícia de teor político estava a ser divulgada pelas televisões, dirigiu-se à secção e pediu a um certo jornalista para verificar se era verdadeira, uma vez que ele estava a par da notícia e

tinha acompanhado o caso, tinha redigido notícias anteriores e sabia que fontes contactar. “Uns quinze minutos depois veio ter comigo e disse-me que se confirmava a notícia. Disse-me para ser eu a redigir. Não faz sentido nenhum. Se ele tem toda a informação e fará um trabalho muito melhor e mais completo do que o meu, por que razão devo ser eu a fazê-lo?”. O jornalista de política dez minutos depois tinha a notícia pronta a ser colocada no site. Parece-nos que é preciso relembrar, quase numa base diária, para que serve a plataforma, qual o seu objetivo e como é que o jornalismo pode usufruir dessa relação.

#### **Dia 4**

O jornalista da área multimédia é duro nas críticas aos próprios jornalistas. Acredita que na redação “há grandes monstros do jornalismo que a sua única preocupação é o papel”, mas que com estas remodelações já perceberam que têm que se atualizar e fazem um pouco mais de esforço. “Se quiserem sobreviver têm que saber fazer um pouco de tudo”, conta. Até há uns tempos atrás viam o site e área multimédia como uma área menor do jornal, “o parente pobre do jornal”, comenta. Estes jornalistas por vezes parecem esquecer “que trabalham todos para a marca Expresso” e que são uma única equipa. Concorde que a disposição da redação do online não é a melhor, mas tendo em conta a configuração da sala não havia muito a fazer. Acha que isso não é entrave para comunicarem uns com os outros. Às vezes é mais a preguiça de se levantarem e falarem uns com os outros.

Este jornalista investiu muito do seu tempo na sua formação profissional. Tirou o curso e foi fazendo formações constantes, especializando-se, procurou ser um profissional o mais polivalente possível pois acredita que “isso me dá uma vantagem competitiva sobre os outros”. No entanto, o investimento que o jornal faz nele é outra coisa. Os rostos mais jovens são os mais precários, são os rostos dos recibos verdes, mesmo depois de anos a fio neste posto e mesmo depois de muitas provas dadas de “sangue na guelra”, refere o jornalista. Há uma grande dualidade, e frustração também, pois o núcleo do online divide-se em duas faixas etárias claras: “os mais jovens são os precários. Os mais velhos são aqueles que foram reaproveitados de outras secções e transitaram para o online”.

O jornal diz que não há dinheiro, que estão em redução de custos, mas para estes jovens, há mais de 5 anos a trabalhar aqui, torna-se sobretudo desmotivante manter este cenário

precário e sem segurança. A ameaça vem do outro lado “se não quiseres fazer, há quem faça por ti”.

Estes jornalistas não são tão dinâmicos como seria de esperar. Nota-se uma maior mobilidade nas outras áreas do que propriamente no online, que os obriga a estar muito presos ao programa de back office e ao que vai acontecendo nos outros diários e no mundo. Mas, a título de exemplo, os estagiários que deviam ser mais ativos e propor temas à própria editora, “passam o dia sentados em frente do computador”, revela o jornalista. Disse também que os restantes jornalistas das secções do jornal saem com bastante frequência, em especial, os de economia e sociedade.

### **Dia 5**

Durante a aplicação de inquéritos conseguimos falar com os jornalistas e perceber algumas questões que ainda estão por resolver. As críticas são apontadas especialmente quanto ao modelo de negócio, “que claramente caducou e não tem salvação imediata nem aparente”. O jornalista do online acredita que ainda há um longo caminho a percorrer e que o jornal impresso não pode mais ficar preso à ideia de “vamos juntar uma publicidade a esta notícia e levá-la até ao leitor”. No online as coisas não funcionam desta forma e quem encontrar a solução “que avise”.

O jornalista recorda que em 1997 teve as primeiras impressões por parte da empresa que havia a necessidade de mudar a orientação do jornal em direção ao online. Tiveram uma formação no auditório da empresa, dirigida a todos os jornalistas, que incitava a mudar “a visão dos jornalistas” em relação à web. Mas poucos aderiram. Notou que a formação não valeu de muito pois isto é uma questão de “pessoas, não de processos”. É uma questão cultural, obviamente. Se os jornalistas resistem em perceber como é importante a adesão a novos modelos, o jornal não pode evoluir favoravelmente.

Este jornalista é exemplo disso mesmo. Rapidamente percebeu que a evolução para um modelo web seria a etapa mais natural e não entende como é que os jornalistas não percebem as possibilidades da internet e das notícias viverem no site. A forma como uma notícia pode ser potenciada é “absolutamente incrível. Se no papel podemos dar uma imagem, na web podemos dar uma fotogaleria inteira”.

O jornalista classifica a atividade destes jornalistas como “se estivessem confinados a caixas”, fazendo uma comparação da sua atividade com a paginação habitual de um

jornal. Entretanto, com outra direção, apostou-se numa remodelação da redação e o objetivo era a integração de duas equipas que trabalhavam em separado. Era sabido na redação que os jornalistas do papel trabalhavam para o papel, e os do online para o online. Criou clivagens e a resistência aumentou. Quando se tentou a integração das duas equipas, as coisas acabaram por não se separar tanto, mas o jornalista nota que ainda hoje há quem se recuse a trabalhar para a plataforma.

Os recursos humanos são cada vez mais escassos e isso determina e muito a variedade dos conteúdos e de meios. Não é possível fazer mais com tão poucas pessoas. Lembra o jornalista que o Expresso tentou durante muito tempo persistir no caminho da linguagem audiovisual e mais multimédia, mas que agora se encontra reduzido a coisas muito pontuais. O vídeo é um desses casos. Refere o jornalista que “são responsáveis pelos eventos do grupo e pouco mais do que isso”, quando antes tinham uma expressão muito grande no jornal.

Considera que o desinvestimento no site é fruto da aposta nas aplicações e tecnologias móveis. Acredita que “quando há um investimento numa outra, há outras que vão ser afetadas e isso é inevitável”. As mudanças sentidas no site entre a apresentação feita em 1997 e as de agora são claramente “um passo atrás da evolução que o jornal vinha a sentir”.

Não o consegue comparar a outros grandes jornais, diz que é impossível, quanto muito o jornal seria um regional da Península Ibérica, quando comparado com outros como o El País, por exemplo.

Para ilustrar esta resistência um dos jornalistas deu um exemplo de um jornalista, enviado para cobrir as eleições na Venezuela e quando chega (uma quarta ou quinta-feira) vê um cartaz do primeiro-ministro de Portugal de então abraçado ao atual candidato pela Venezuela. Ora, a decisão que tomou foi primeiro de achar que dar esta notícia era importante, mas optou por guarda-la para a versão em papel. No dia seguinte a TSF abria os noticiários da manhã com esse mesmo conteúdo. Claramente não percebe o potencial de uma notícia para o site e de uma notícia para a versão em papel.

Este jornalista, a par do trabalho que desenvolve para o online, é o responsável pelo guia do estudante do expresso. Surgiu como uma oportunidade familiar, já que foi conceptualizado e concebido por ele e pela mulher. A partir de duzentas fontes de

informação, elaboraram um questionário e uma vez respondido, construíram uma base de dados que resulta no produto que podemos consultar. Trabalhou próximo da tecnologia e dos programadores o que só serviu para suscitar ainda mais curiosidade pela área.

## **Dia 6**

Ao fazer a tentativa de distribuir questionários pela redação, não funcionou muito bem especialmente pela má vontade de grande parte dos jornalistas. Não conseguimos exatamente perceber a razão, mas não se mostram disponíveis, sem num grau mínimo, para colaborar ou sequer responder prontamente ao questionário, que não lhes ocupa 10 minutos do seu tempo. Mesmo a dois dias de fecho do jornal, não há o mínimo de compreensão e colaboração e é mesmo a maior parte que são reticentes em colaborar. Houve mesmo jornalistas que fazem juízos de valor ao saber que a investigadora é da Universidade Fernando Pessoa, dizendo que “a Instituição é horrível”. Estes jornalistas são centralistas e de mente pequena e servem os seus únicos propósitos.

Já o diretor durante a manhã tinha dito frontalmente que estes jornalistas, especialmente os de política, trabalham muito próximos das fontes. São chamados pelos próprios ministros para reuniões, para encontros e como podemos ouvir através de muitas conversas muitos “almoços de trabalho”.

O próprio diretor tem muita dificuldade em reunir toda a equipa pois não consegue ter todos no mesmo sítio e ao mesmo tempo.

Sucedem-se uma catadupa de telefonemas sobre comunicados, sobre declarações, sobre políticos que estão nas notícias de destaque, em que se tratam de forma informal e nota-se que há uma grande cumplicidade. Uma das jornalistas de política mostra, no questionário, que a sua dedicação ao papel é inquestionável e relativiza o online. Diz que “não acredita que a convergência de meios no jornal funcione” e desvaloriza a dificuldade acrescida do jornalista que produz conteúdos multimédia.

Não lidou bem com a questão das fontes credíveis ou não estivesse ela toda a manhã e tarde ao telefone com ministros e membros do parlamento. Habituada ao jogo de bastidores da política, debateu-se com a questão da confiança das fontes alegando que depende da fonte que entrevista. E remata “que é difícil a notícia ser credível quando a fonte não o é”. Se o jornalista não tem confiança suficiente na sua fonte, como poderá o

jornalismo sobreviver? Percebemos que provavelmente eles jornalistas são muito ludibriados no “jogos do poder”, mas há mesmo pouca flexibilidade em contribuir para o que quer que seja do estudo da investigadora, batendo o pé a questões como esta.

Alguns jornalistas precisam de arranjar formas de escape aos formalismos do jornal. Uns usam as conversas de corredor, outros optam por usar headphones e outros optam mesmo por se isolar. Um dos jornalistas que está fisicamente separado do resto da redação na “sala das máquinas”, ou seja, a sala de edição e aborda a questão das políticas convergentes do grupo. Diz que há pouca flexibilidade da empresa para o trabalho fora do jornal. Estamos a falar de trabalhadores a recibos verdes e que são impedidos de trabalhar para mais locais. Mas nem por isso deixa de acreditar que ainda há resistentes no jornal que podem mudar as coisas e chega a dizer mesmo que as políticas de convergência no grupo podem ser muito positivas para o jornalista, desde que devidamente enquadradas.

É triste para este jornalista perceber que o seu trabalho, que deveria ser multimédia, multiplataforma e multiárea, agora se veja reduzido à gravação de conferências ou publicação de galerias fotográficas.

O diretor esteve a tarde toda fora da redação mas assim que chega inteira-se logo do que se está a passar e pergunta ao desporto “se já colocaram no online”, referindo-se a uma matéria que tinha aparecido há pouco tempo.

## **Dia 7**

Henrique Monteiro ainda faz parte da casa e falamos com ele sobre o Expresso. Sabe que a crise dos jornais não é nova, mas não consegue afirmar com toda a certeza se esta crise não será “uma crise em cima de outra crise”. O momento crítico, face aos lucros publicitários que os jornais atravessam, são definidos como “uma crise estrutural” que está encoberta pela crise económica que o mundo atravessa ou uma outra crise estrutural que poderá estar encoberta com todas as reviravoltas económicas diárias.

Os seus anos de experiência ditam que a principal ameaça está no “desencabeçamento” do jornal, ou seja, o desaparecimento dos jornais, não como meios que fornecem conteúdos, mas como organizadores, mediadores e filtros de informação. As pessoas vão continuar a ter acesso à informação, mas chegam apenas à fonte primária. Sem o trabalho de investigação e de contraste que o jornalista está habituado a fazer, a

informação só dará lugar à desinformação ou à divulgação de interesses por parte dos interessados. Considera que, sem dúvida, “este será o maior risco para o jornalismo”.

Odeia a expressão que os media são o 4º Poder, pois para ele os media devem ser o contrapoder, em sinónimo de restabelecimento do equilíbrio na sociedade civil. Acredita também que num futuro só os mais fortes vão subsistir e talvez não haja espaço para tantos jornais, se continuarem a fazer o que têm feito até então. O Expresso ainda goza do retorno que o papel lhe dá e o antigo diretor parece não acreditar que outro caminho será seguido, enquanto o lucro advier do papel.

Admite porém a passagem do que é feito no papel para uma nova plataforma. Mas aí os envolvidos serão outros. “Porque não termos para os jornais o mesmo que temos para as televisões? Um operador que venda serviços de um determinado media?”, refere. O maior erro poderá ser “uma confusão que existe entre jornais e jornalismo”. Uma coisa não serve necessariamente a outra. Apenas a perda do mediador importa nesta equação.

No caso do Expresso diz que há muitos jornalistas assustados, que se recusam a mudar e não aceitam a mudança. Estão muito bem instalados “nas suas poltronas” e recusam a aceitar qualquer inovação. O online rompe com o que estavam habituados. Daí que seja habitual ouvirmos “quantas páginas tem a sociedade ou a política. Cada um com o seu poleiro, não querem abdicar disso”. Disse também que falta por vezes alguma inteligência aos jornalistas, quando persistem em resistir.

Acredita também que o jornalista “polivalente nunca existiu”, mas sabe que há pessoas que possam revelar maior predisposição para produzir outros conteúdos que não seja só escrever. Mesmo assim, as redações poderão ter num futuro profissionais que pensem de outra forma e que estejam dispostos a dar outros contributos.

## **Dia 8**

A visão do jornalismo desta editora de sociedade é que deve de ir de encontro a textos muito bem escritos e que sejam notícia. Não vai atrás do que os outros dão, nem do que é banal nem sequer de “grandes histórias”. Se não tiver uma manchete não é bom jornalismo, pois diz que “pode ter uma grande história mas tem que dar a notícia primeiro”. Classifica isto como correntes do próprio jornalismo mas evita que os seus jornalistas “sejam contadores de histórias. Quero é boas notícias”.

Não é por acaso que em cada reunião habitualmente não tem mais do que um tema por página que consegue. É incompatível pensar num bom texto, num texto bem escrito sem ser carregado de uma grande reflexão e com profundidade. E a certa altura da nossa conversa entusiasma-se com aquilo que faz melhor: ser jornalista e diz “quem nunca sentiu o frenesim de acordar e ver que só tu deste aquela manchete e que todos estão atrás do teu trabalho não está na profissão certa”. E ela sente isso, se calhar de maneira diferente que muitos outros não sentem.

Principalmente por trabalhar num semanário evita sempre “ir atrás do que os outros dão”, pois se o jornal lhe permite maior reflexão permite na mesma medida que seja seletiva nos assuntos que vai dar ao seu leitor. Refere que “há assuntos já tão batidos que até podia dar uma breve, mas às vezes nem isso faço”, conta, referindo-se às notícias publicadas sobre a Angelina Jolie durante esta semana.

No que diz respeito ao site já é completamente diferente. Afirma que “a sua mente não está formatada para pensar para o online pois o seu foco é o papel” e não esconde isso. Mesmo no que se refere aos contributos da Sociedade sabe que não produzem, mas ainda não consegue fazer essa gestão. Pontualmente produzem conteúdos - no caso de manifestações, por exemplo, o online pode até sobreviver de muitos conteúdos produzidos pela Sociedade - mas - na reunião não pensa que forma certos conteúdos poderão ser publicados também no site. Admite sem qualquer problema.

Da mesma forma que também admite que “houve guerras entre secções por causa disso” precisamente por haver essa resistência a pensar no meio e de certa forma pela sua narrativa ser incompatível com a informação em profundidade. No entanto, admite que a sua presença é quase inevitável. A informação de última hora está no site e ela mesma vai consultar e sabe que tem um poder espantoso de divulgação. Reconhece também que o próprio Expresso faz uma aposta mais clara, mesmo em termos de conteúdos online, com a política, e os seus leitores vão muitas vezes ver ao Expresso primeiro por assumirem essa ligação tão forte que advém do papel.

Disse também que durante algum tempo ainda tentarão fazer algo semelhante para o Ipad, ou seja, que os jornalistas contribuíssem com conteúdos para a plataforma. Mas diz a editora que não teve grande sucesso pois em termos de conteúdo alternativos ao texto, mesmo para o jornal tem muitas dificuldades em obter uma única fotografia, quanto mais pensar em outros formatos.

## **Dia 10 [Courrier]**

Uma das jornalistas do Courrier International é jornalista há mais de 25 anos. Viajou pelo mundo todo e adora contar histórias, mas não tem uma visão romanceada da profissão. Teve entrevistas duras, esteve em países muito difíceis e a ausência da tecnologia dificultava todo e qualquer processo. Diz “é duro, é muito duro e as pessoas não têm noção do quanto nós trabalhamos todos os dias”. Contribui para o site sempre que pode e não concebe, hoje, a existência de um jornal sem a presença do seu formato online.

Produz também muitos conteúdos alternativos à simples entrevista. Lembra que “a sua vida mudou desde que tem um Iphone” e que “até deixou de utilizar a máquina digital”. A jornalista com quem falamos goza de uma apetência especial para produtos ilustrados e “acha que apesar de ter elementos bastante ricos para os trabalhos que faz, não são muitas vezes aproveitados”. Mas admite colaborar mais com o site em ocasiões específicas e aí há um planeamento do que podem fazer com mais calma.

Refere também que apesar de acreditar na polivalência de um jornalista, que “quanto mais se exige de um jornalista mais rapidamente se mata a profissão”. Acabam-se os intermediários, acabam-se outros profissionais tudo a favor da polivalência e do know how.

## **Dia 11**

As diferenças entre redações são gritantes. E de posturas também. O dia começou com a entrevista a um membro da direção responsável pelo online. Veio para o Expresso com o objetivo de “renovar o site e de o aproximar mais ao modelo do papel”, mas na entrevista revelou pouco à vontade para falar da redação. Evitou aprofundar as questões e tentou desvalorizar a pouca polivalência técnica de grande parte da redação até para coisas como trabalhar com o programa de back office.

Porém, levanta o tom para afirma que “o jornalismo é jornalismo” e que a sua vontade num futuro não muito longínquo seria que a redação deixasse de encarar o online como uma editoria mas sim como algo que é natural a todos.

A aplicação dos questionários continua a ser muito dura. A editora de Sociedade foi a mais útil nesse sentido ao pedir, com a investigadora a seu lado, que os jornalistas da respondessem ao questionário. E resultou.

Também foram os jornalistas que se debateram mais com algumas questões. A verdade é que olhando para as respostas de forma muito preliminar o limiar está sempre na resposta intermédia, ou seja, aquela resposta que muito dificilmente permite traçar quadros mais gerais sobre a redação. Isso pode ser resultado de duas coisas: a falta de interesse nas respostas ou simplesmente porque as diferenças entre redações são tão grandes que já estamos a sentir esse impacto ainda com resultados preliminares.

Diz-nos uma jornalista que já esteve no Público e na Agência Lusa que algumas das perguntas não se enquadram “na rotina do próprio semanário”, principalmente quando falamos de convergência e de integração. Conta que “em 2008 a Lusa já estava a dar formação aos seus jornalistas e a equipa-los para irem para terreno e serem polivalentes. Aqui isso não acontece nem remotamente”.

É difícil traçar quadros comparativos com a Lusa. A única agência do Estado goza de um papel privilegiado no panorama nacional sem comparação com nenhum outro órgão. Alimenta grande parte dos jornais e os seus jornalistas têm uma grande capacidade de produzir ou neste caso disponibilizar conteúdos multimédia.

Conta a jornalista, ao lembrar os tempos que esteve na Lusa, que nada era deixado de lado e no final do dia “ainda tinham que editar e publicar”.

Também há os jornalistas que falam na sobrevalorização do uso da Internet como forma “primária e exclusiva” de obter informação. Não acredita que um jornalista faça o seu trabalho tendo como ferramenta principal a Internet, por muito bem que a saiba usar.

### **Dia 13**

A visão que o público pode ter do meio também causa algumas dúvidas. A convergência do jornalista de sociedade diz “só se ter materializado até um certo ponto e de forma muito residual”. Pois, se pensar nas réplicas de um mesmo produto noutros meios do próprio grupo teria que ser um produto muito “igual” para provocar o desinteresse. Mas atendendo às naturezas dos meios do grupo Impresa, ou seja, a Sic dificilmente irá ter um mesmo texto ou o Expresso um mesmo vídeo. Há elementos

diferenciadores entre todos. Mesmo nos meios impressos, por exemplo, entre a Visão e o Semanário dificilmente a abordagem aos assuntos será feita da mesma maneira.

Esta consegue ser ao mesmo tempo a redação mais rígida em processos e mais flexível noutros. O ambiente que se gera no centro da redação quase nunca é demasiado formal e isso deve-se em grande parte ao diretor, que trata todos como “dos seus” e os chama para reuniões gritando “vamos reunir que estou com saudades vossas”. Consegue ser sério. Consegue fazer rir. Consegue criar bom ambiente. É o mais dinâmico de todos. Talvez lhe tenha ficado os jeitos da televisão, talvez não consiga mesmo evitar ser assim.

## **Organização dos atores no espaço noticioso**

### **Dia 1**

Durante toda a tarde acompanhei um dos editores do online. No patamar da secretária há duas televisões, que se ouvem ao fundo do corredor, ligadas em dois canais de informação: a SIC notícias e a TVI 24. Na mesa, um quadro de ardósia e um apagador onde se pode ler o número de visitas do dia anterior. Contrasta com o ecrã plano enorme mesmo junto à sua cadeira que contabiliza, através do programa Google Analytics, o número de visitantes no site e o número de leitores em cada notícia.

O núcleo do online é composto por 8 jornalistas, um coordenador e um editor. O diretor senta-se um pouco mais a meio da sala. Além disso, há três elementos que transitaram das reconfigurações do jornal. Dois deles costumam apenas produzir conteúdos multimédia ou audiovisuais, mas são sempre acompanhados por um dos jornalistas. O outro é jornalista, é mais versátil e costuma produzir conteúdos para o site pois ao longo do tempo tem demonstrado saber adaptar-se às mudanças do jornal. Há ainda outro elemento que não tem a categoria de jornalista, mas é responsável por acompanhar todas as páginas e agências na busca de informação que seja necessária ser trabalhada. O seu trabalho é salientado pelo editor já que muitas vezes “é deste elemento que surgem dicas ou assuntos para nos focarmos”.

O VOIP está sempre ligado e é constantemente utilizado entre os membros da redação, quer de Lisboa quer do Porto. Na cabeça, estão os headphones com microfone que, em menos de 20 segundos permitem transmitir para “o outro lado” tudo o que o jornalista precisa de saber. Aliás, durante a tarde, nas televisões, já passava uma notícia em

rodapé, que estava a acontecer no Porto e imediatamente através da chamada foi pedido ao jornalista para perceber quais os verdadeiros contornos do acontecimento. Um facto curioso: nem todos os jornalistas se mentalizaram do uso destas novas tecnologias. Recusam-se muitas vezes a usar quer o VOIP quer o sistema em back office perdendo tempo em enviar tudo por email. Aqui “todos os minutos contam” e com a acumulação de emails “há coisas que podem ficar despercebidas por grandes quantidades de tempo. Não podemos ter esse luxo”. Não deixa de ser perceptível que há uma grande convergência geográfica entre as duas redações.

A equipa divide-se em vários turnos: 3 pessoas operam no primeiro turno da manhã (das 8h às 16h), logo uma se junta das 9h às 17h e uma hora depois chega outra pessoa completando o horário das 10h às 18h. Mais três pessoas fazem o último turno das 16h às 24h sendo que uma é sempre fixa e as outras rotativas. Quando questionamos a razão argumentou “ser uma questão de preferência do próprio jornalista.”

## **Dia 2**

O online do Expresso tem vindo a sofrer alterações ao longo dos últimos anos. Ocupava o 16º lugar no ranking da Netscope e conseguiu subir para 8º e não esconde que, em grande parte, se deve ao seu trabalho. Um dos diretores adjuntos tem vindo a reconfigurar o site, ao longo dos últimos dois anos, e a mais recente remodelação foi por altura do aniversário do Expresso, quando assinalou 40 anos. O objetivo era alterar as páginas de forma a recuperar não só a identidade do jornal “mas o próprio ADN da publicação”. Muitos esforços foram feitos nesse sentido. Além das mudanças já referidas por um dos editores, mudaram-se também as cores, aproximando-se mais das que o papel utiliza e a fonte. O lettering é usado é muito próxima da versão em papel pois é “mais um elemento de identificação”. O seu trabalho é “a supervisão constante de forma a manter esta linha editorial o mais rigorosa possível e certificar que está tudo em conformidade com a identidade e a marca”.

A área do online, até há uns meses atrás, reunia todas as manhãs para decidir que notícias seriam destacadas durante o dia. Mas isto já não acontece pois chegaram à conclusão que os impedia de, enquanto estavam na reunião, de ir atualizando a página. Não se percebe então porque iam todos para a reunião em vez de destacar uma pessoa para acompanhar o site durante esse tempo.

O Netscope é um sistema utilizado pelo elemento da direção como ferramenta de trabalho quase ao minuto. Acompanha freneticamente os dados que vão sendo libertados, até porque o próprio sistema permite dados de comparação com períodos que podem ter o alcance de anos como de dias. Daí que seja extremamente útil para “perceber se o dia está a correr bem, comparativamente ao de ontem ou ao da semana passada”, diz. Caso a resposta seja negativa imediatamente aciona os editores online para acelerar a dinâmica do site. O diretor avisa que “nunca se pode perder de vista que o site responde à atualidade e todos os olhares são diminutos para tamanha circulação de informação. Além disso permite ver dados como crescimento – positivo ou negativo – média de pageviews, o número de visitas por dia até aos tempos médios de visita.

Apesar do online exigir tanta dedicação à atualidade há um planeamento que é feito para a área da infografia. Um segmento que se chama Grandes Vidas e onde percursos de vida de personalidades são retratadas através de infográfico.

### **Dia 3**

Quanto à disposição do núcleo do online na redação o coordenador também acredita que não resulta, pois provoca um afastamento das pessoas com quem têm de trabalhar numa lógica de proximidade. O que não deixa de ser estranho. Muitas vezes de costas voltadas uns para os outros têm que fazer um grande esforço por se conseguirem fazer entender e conta que “contribui para o ‘ruído’ da redação”. É da opinião também que é um grande condicionalismo ao trabalho que têm que fazer e que gostaria de ver esta configuração alterada, talvez por ilhas de 4 pessoas. Muitos falam na disposição da sala e apontou o núcleo do online como o menos bem conseguido, pois parecem estar “à margem do resto do jornal e trabalham de costas viradas uns para os outros”. Acredita ser uma secção que tem excelentes atributos, mas a sua orientação na sala não é das melhores.

Considera que há secções melhor organizadas, que parecem usufruir verdadeiramente da sua disposição na sala e que isso é um elemento determinante para o sucesso do seu trabalho quando chega ao final do dia.

E vai mais longe: esta disposição da redação só alimenta uma certa separação sentida por alguns jornalistas. Contou que ainda há muitos resistentes da velha guarda que encaram o online como “mais uma coisa a fazer” e não como algo verdadeiramente integrado. Aliás, isso também é sentido em relação aos próprios jornalistas que

trabalham nesta secção, quase como se estivessem separados dos restantes. Isto cria inevitavelmente barreiras e constrangimentos ao próprio funcionamento do jornal. O coordenador admite que para muitos jornalistas seja difícil perceber a importância do online, ele próprio “até vir trabalhar para o online não entendia muito bem”. Mas, aos poucos estas barreiras vão sendo quebradas, ainda que “não com a rapidez que gostaria”.

O editor da área de infografia comparece a todas as reuniões de segunda-feira mas confessa que “vai lá ouvir as propostas e raramente dá um contributo com uma carteira de propostas”. A reunião destina-se a organizar e planear as infografias que vão ser realizadas para o papel, mas esta equipa é multidisciplinar e está em permanente diálogo com todos. Gostaria de poder dar ainda mais contributos, mas há alguns constrangimentos que o impedem.

Esta equipa trabalha para todas as plataformas. Também trabalham em paralelo para o online, embora os pedidos e os que trabalhos que são pedidos sejam mais “em cima da hora” e o ritmo de trabalho varia mais consoante o dia da semana em que se encontram. Mas estes trabalhos que surgem em cima da hora “são por falta de planeamento do online e outras vezes por falhas na comunicação”, confessa. Já aconteceu de duas pessoas (uma do online e outra da infografia) terem ido a um local em dias diferentes entrevistar a mesma pessoa, tudo porque não comunicaram entre si.

#### **Dia 4**

A equipa de gráficos hoje tem o dia em cheio. Trabalham durante toda a semana para paginar os diversos segmentos à medida que se aproxima a hora de fecho de cada um. Muito trabalho vai sendo preparado com alguma antecedência, muito embora em dias como o de hoje, fecho do primeiro caderno e dia de fecho para o Ipad tudo parece tumultuoso, o tempo não pára e são poucos para fazer tudo.

Fomos falar com o coordenador gráfico. Tem uma secretária atulhada de prints das páginas do dia que já estão prontas, mas que ainda faltam ser preparadas para a

tecnologia móvel. Chovem perguntas para o coordenador que, até falar com ele, não tinha percebido a que se referiam.

O planeamento para este grupo de gráficos começa à segunda-feira, a tempo da reunião semanal e é aí que começam a planear o seu trabalho. Muito embora, a revista tenha o seu fecho à segunda-feira também e parte do seu trabalho já se encontre feito. Diz-me que é à segunda que começa “o planeamento para o papel”. Para o Ipad, não há nenhum planeamento.

Durante a semana trabalham a par com todas as secções, sempre em sintonia com os editores de cada área que “gostam muito de mudar tudo em cima da hora”. Mas trabalhar com os editores é importante para saberem valorizar o conteúdo, priorizar os temas que vão entrar e dar uma ajuda na organização da informação. O jornalismo, deixado nas mãos dos redatores, trabalha sempre tendo em vista a organização das páginas. O estatuto do gráfico é algo de intrigante. É nas mãos deles que reside a capacidade de organizar o papel e é neles que recai a responsabilidade de um bom desenho.

Trabalham também par a par com a infografia, muito embora estes últimos tenham um “estatuto duplo”. Não são apenas gráficos, são produtores de conteúdos informativos – interativos e gráficos – quer para o jornal quer para o online. A equipa é composta por 15 pessoas na totalidade e apenas 3 fazem e pensam os conteúdos para Ipad, ainda que em alguns casos pontuais tenham a ajuda de alguns colaboradores da área de economia e da revista. Mas a executar o trabalho mais técnico são apenas estes.

Uma parte da equipa vídeo ocupa um lugar distante do resto dos colegas, com uma sala isolada e a porta encostada. Não quer dizer que não esteja disponível, nem quer dizer que esteja à margem, mas na verdade sente-se à margem. O grupo do online do Expresso também é representado por membros que trabalham na área de Multimédia, mas quase toda a gente evita tocar neste assunto. Mesmo quando falamos com a editora da plataforma, não se alongou muito dizendo apenas que era uma área de fraca aposta neste momento no jornal.

Estes elementos produzem um planeamento diário e semanal: no primeiro encarregam-se em especial das fotogalerias e do segmento das imagens do dia. No segundo, vão tratando dos temas de acordo com o que já está estipulado na agenda do jornal. É difícil

fugir aos temas da redação de papel, pois tem claro destaque em relação a tudo o resto. Outras vezes fazem propostas de temas, mas correndo sempre o risco, já sabem, de não ser aproveitado, pois não é essa a prioridade. A sugestão apenas é aproveitada desde que “não se sobreponha à agenda do jornal”. Contudo, em muitas outras ocasiões esta equipa faz as gravações de vídeos, a sua respetiva edição, para posteriormente serem colocados no site. O cenário mais usual, diz o jornalista, é “se planeia nós vamos atrás. A multimédia vive mais de trabalhos sugeridos do que o inverso.”

Um outro segmento que realizam, mas este em parceria com a infografia, é as estreias de cinema. O seu trabalho não é efetivamente complicado. Há um elemento do online que faz o texto para a voz off, de apresentação do trailer, e partem das sugestões que foram feitas para o suplemento do Atual.

Lembra que, há dois anos, foi solicitado que desse formação a vários jornalistas da área da política. Era suposto todos aprenderem a captar, editar e enviar fotografias e vídeo, para que pudessem cobrir um evento político que teria lugar daí a algumas semanas. Ninguém aderiu. Os cinco jornalistas que deveriam ter aprendido e que lhes foi pedido fotos e vídeos, nem um apresentou qualquer tipo de trabalho e tudo foi esquecido.

No total são 3 as pessoas que ocupam este pequeno gabinete. Mas duas estão de saída. Tem sido um departamento constantemente reestruturado, reutilizado e redirecionado pela sala. E parece que não fica por aqui. Não se percebe um desinvestimento tão grande nesta área com a redução de pessoas que até aqui contribuíram para destacar a área de Multimédia e fizeram um esforço de atualização constante. Este jornalista de formação diz que “aprendeu tudo o que sabe no Expresso e está grato por isso”, mas fica triste por ver um empobrecimento nesta área. Confessa ainda ter “uma visão romântica do jornalismo” em que a reportagem, dura, intensa e profunda consegue ter um alcance a milhares de pessoas e em que o vídeo é o expoente máximo dessa exposição.

## **Dia 5**

Falamos também com o diretor de arte do jornal pois é um dos elementos da direção e teve um papel importante no desenho do atual do semanário. Contou-nos que esteve no Jornal de Notícias durante seis anos e isso lhe permitiu um ritmo de trabalho que afetava

o seu trabalho, mas de forma positiva pois a transição contrária teria sido mais complicada.

Depois de integrar o semanário foi um dos responsáveis por algumas das alterações ao jornal em papel. A principal foi o redimensionamento do jornal que passou de broadsheet para o modelo berliner, um formato intermédio entre o usado anteriormente e o tabloide.

Foi também uma das pessoas que esteve na reorganização da estrutura do caderno de economia, embora este tenha contado com uma parceria externa, e pela reestruturação da revista e do caderno Atual. As mudanças não foram estanques. A revista por exemplo já sofreu várias alterações. Num modelo anterior tinha sempre um tema subordinado mais abrangente e transversal a muitas áreas e agora é mais generalista.

Curiosamente quem apresentou as possibilidades do novo desenho do site foi a equipa de desenvolvimento da identidade visual do grupo. Apresentaram três propostas para o desenho do site e a preocupação do diretor de arte e do diretor do online era em manter os principais elementos de ligação ao jornal, embora se saiba que não se consegue ser 100% fiel. Gostaria que estas propostas “tivessem partido de nós, mas não foi possível por falta de tempo”.

Já as aplicações para Ipad foram desenvolvidas de raiz pelo diretor de arte e pela equipa de gráficos, ao mesmo tempo que desenvolveram para a Revista Exame. Está atualmente a ser pensada a aplicação para a Revista Blitz e são versões que reúnem a informação que encontramos no jornal impresso, com extras, como já tínhamos referido. Há dois gráficos que tratam ao longo da semana dos conteúdos de Ipad, mas o dia de sexta “costuma ser o dia em que tudo culmina”.

Foi uma mudança muito grande transitar de um diário para um semanário, especialmente porque “a vida útil de um diário é muito curta” e na opinião deste diretor “reúne o melhor e o pior”. Tanto se consegue fazer um excelente trabalho como um trabalho muito mau, fruto da pressão diária. Mas, é logo esquecido pois no dia seguinte há outro e outro e outro trabalho.

Hoje no Expresso ele é o responsável por organizar e gerir os recursos de várias áreas. Tem que organizar e trabalhar próximo da fotografia, da infografia e ainda gerir a equipa gráfica. A coordenação passa muito por destacar as pessoas para os trabalhos que

se sucedem, que têm ritmos muito diferentes durante a semana, para que todos estejam de acordo com o livro de estilo do jornal. Este livro não existe mesmo, são mais diretrizes gerais pelas quais eles têm que se guiar.

É o responsável também pela construção das capas para os suplementos, à exceção do caderno Atual. Aí, essa equipa faz questão de o fazer. Subtilmente conseguimos perceber que esta gestão também é muito de pessoas e não de processos. Há os que colaboram e há os que não o fazem. O seu papel também é gerir os ânimos entre todos os elementos envolvidos.

No total, são quatro equipas de gráficos que trabalham em simultâneo e para várias frentes do semanário, desde o papel, aos suplementos, até às aplicações para Ipad. E para todas estas equipas o diretor tem sempre que verificar “o estilo gráfico, se a paleta de cor está em conformidade e se a fotografia respeita os critérios de edição, de qualidade e se está ajustada e faz sentido com o texto”, refere.

Participa de forma ativa nas reuniões de redação pois gosta de saber “que ideias são lançadas, quais os tópicos da semana e o que é que o jornal vai tratar”, refere o diretor. Quase em simultâneo já começa a pensar na forma como vai estruturar a informação, pois a sua experiência já lhe permite ter a visão do que a direção quer juntamente com o material que tem ao seu dispor. Este processo surge-lhe de forma natural e sabe que tem tempo para o melhor se for preciso.

No que diz respeito ao online, não há muito a acrescentar. Há uma pessoa que pontualmente cria alguns ícones e coisas menores para o site, mas nada de muito relevante. Apenas a infografia colabora nesse sentido, mas como já vimos com muitas limitações em termos de interatividade. Não há aposta na infografia interativa, pois “isso envolve recursos, tempo e dinheiro”.

Assume que a maior vantagem de trabalhar num semanário é sem dúvida “ter mais tempo para experimentar” pois o espaço que decorre entre a preparação e a impressão é maior. Mas, a principal desvantagem é talvez “tanto poder ter muitos temas e muito boas fotos que podem dar capa ou não ter nada suficientemente bom”.

Falamos a título de curiosidade sobre o grafismo do Jornal I por se apresentar tão diferentes dos demais. É um jornal diário sem restrições gráficas e que em termos de conteúdos rompe com muitas barreiras, “talvez mais no passado que agora” refere o

diretor. Um dos responsáveis pelo grafismo do I foi a pessoa que contactou quando ele próprio veio para o Expresso e a pessoa que impulsionou o atual desenho do jornal. O diretor vai mais longe e acredita que o trabalho que o Jornal I faz “é semanário todos os dias” e devíamos todos olhar mais para o que eles fazem, apesar de não saber como ainda sobrevivem. Quanto às suas opções gráficas é da opinião “que já fizeram trabalhos excelentes, que ele admira”, mas que agora não o fazem com tanta frequência.

## **Dia 6**

Hoje conseguimos falar um pouco com o diretor numa das poucas pausas que consegui durante a manhã. O seu dia tem muitas reuniões, muitos encontros e muito trabalho jornalístico também. Ainda hoje irá entrevistar o novo ministro Poiares Maduro. É seguramente um diretor ativo, que não perdeu o rumo do jornalismo, puro e duro.

Goza também de uma grande credibilidade pela sua irreverência e a sua ligação à SIC Notícias e à própria SIC. Contou-me que já tinha trabalho no Expresso quando tinha 21 anos, saiu para a televisão e voltou anos mais tarde. Custou-lhe “a habituar ao ritmo de um semanário” pois as suas rotinas eram outras.

Contou também que tentou durante muito tempo estabelecer escalas fixas no jornal, mas em vão. A vida do semanário é muito diferente de um diário e ele próprio sabe-o bem. Mas diz que isso não é muito relevante quando se percebe que o semanário não pode ter a “mesma vida jornalística” de um diário.

Nem todos estão a trabalhar para o site e a dispersão aumenta essa clivagem entre pares. Além do que é “difícil transformar um semanário e coloca-lo a trabalhar para uma plataforma que vive da atualização diária”. E nota-se que não é a prioridade do semanário.

Prova disso mesmo foi quando falamos sobre o modelo de negócio do jornal. Primeiro a comparação ao Correio da Manhã que ainda tem o seu lucro no papel, daí que não precise de se preocupar tanto com a plataforma web. O Expresso também ainda tem o seu lucro através do papel (daí a pouca preocupação com o online).

Afirmou que o “Jornal de Notícias está a fazer a viragem para o digital e o Diário de Notícias tem um modelo falido quer no papel quer na web”. Finalmente, a comparação ao Público que “claramente faz uma aposta no digital”.

## **Dia 8**

A área da Sociedade compete diretamente com a Política no semanário e “disputam as páginas e os espaços” de forma saudável. Muito embora a agenda política ocupe marcadamente o dia do diretor Ricardo Costa, outro dos diretores é muito mais vocacionado para a área de Sociedade e é com ele que a editora discute parte das suas dúvidas.

Faz esse debate muito com ela mesma e o processo é longo e por vezes resulta em noite sem dormir, especialmente se falamos de assuntos mais delicados. O dilema pessoal, que é muito seu, “é melhor gerido do que o profissional”. É que o seu dilema resolve ela mesma, o outro tem consequências e pode desencadear uma série de episódios a partir da primeira publicação de um determinado conteúdo.

Conta que faz o seguinte exercício: costuma contemplar os extremos de uma determinada situação e avaliar, pesando cuidadosamente todos os elementos envolvidos. Pesa também as histórias, as personagens, os envolvidos mas principalmente a consequência e o alcance do seu próprio ato, que sabe que “tem poder” e pode mudar a vida de muitas pessoas. O caso era delicado. Um pedófilo condenado e professor. Tantos envolvidos e tanta informação reunida. O dilema é, que informação vai dar? Nomes? Identificar a escola? Decisões muito difíceis e que têm que ser ponderadas. Só as consegue tomar segundo a sua própria consciência e a experiência profissional já lhe dá uma certa segurança para lidar com estes assuntos mais sensíveis. E assume, com grande tranquilidade, que em assuntos assim prefere pecar pelo “excesso de cuidado” do que ficar a saber que destruiu a vida de alguém.

Diz que tem uma equipa fabulosa. Vimos durante esta semana que trabalha muito chegada aos seus jornalistas. Levanta-se e fala com eles e como editora senta-se na sua mesa e junto a eles altera-se o que estiver menos bem. É muito exigente com os conteúdos da sua área e cuidadosa no seu trabalho, especialmente com os outros. Diz que “não mexo em textos sem o jornalista ao meu lado ou assim ele não aprende nada”.

## **Dia 14**

A equipa da economia é uma das mais versáteis da redação. Os rostos são bem conhecidos do público das suas parcerias com a SIC e são uma equipa sempre em movimento. São o maior núcleo de todas as secções e mesmo assim não são suficientes para tantas solicitações. Diz um dos editores que “a culpa é do momento que o jornalismo atravessa e que se vê afetado por esta crise económica”. Desde que a crise se instalou que a equipa não tem mãos a medir no trabalho diário – raramente semanal-que desenvolve.

São não só responsáveis pelas notícias no primeiro caderno, como têm um suplemento em papel só de Economia, colaboram para o site e são responsáveis pela edição da revista mensal Exame.

A revista desde 2011 que fez uma integração com a redação do Expresso. Como estratégia juntaram duas equipas que trabalhavam várias vertentes da economia e fez-se a sinergia não só de conteúdos, como de equipas. Numa primeira fase desta reestruturação havia duas direções: a do expresso e a da Exame, no mesmo espaço. Acontece que, conta o editor, “por incrível que pareça eles tinham as suas reuniões e nós as nossas”. Uma grande divergência era notória entre as equipas, especialmente quando se duplicavam serviços ou se “um jornalista estivesse ocupado com algo da revista já não podíamos contar com ele para o jornal”, lembra.

Esta acumulação de chefias não durou muito tempo. Hoje a Economia tem uma estrutura mais fácil, com melhor comunicação e melhor organização. São uma equipa só mas que desenvolve vários produtos ao mesmo tempo sob uma mesma hierarquia: a do Expresso. Isto não só facilitou todos os processos, como criou maior união na equipa. O editor diz também que estes jornalistas “são família” e estão a desenvolver um trabalho fantástico. Portanto, a integração com a Exame foi “extremamente positivo” pois acabou por encaixar mais jornalistas e por criar esta dinâmica em torno do seu trabalho.

## **Sinais de convergência, redes sociais e produção multimédia**

### **Dia 1**

O semanário marca presença nas redes sociais, sendo as mais fortes o Facebook e o Twitter. A publicação é feita com base na divulgação das notícias redireccionando o internauta sempre para o site. Há uma pessoa responsável por vigiar os sites e agências, também é o gestor dos comentários. O editor refere que “tem a responsabilidade de ir

vendo”, quase como se não fosse uma responsabilidade a sério. Contou também que o site tem sistema de denúncia ou relatório abusivo por parte dos leitores. Quando há denúncias os comentários são eliminados. A utilidade dos comentários é que muitas vezes são usados para corrigir pequenas gralhas, mas quase nunca para dar seguimento a denúncias ou sugestões.

A comunicação com o leitor não é muita. Há endereços eletrônicos gerais e são poucos os jornalistas que respondem ao seu leitor.

## **Dia 2**

Finalmente, a captação de leitores, além dos dois referidos, passa também pelo Facebook. A página tem um gestor que tem o cuidado de “escrever sempre um teaser ou um texto que “promova” a notícia” e junta-se o link redirecionando para o site. Muitas vezes opta-se por fazer uma pergunta e com isso sugerir a interação ou a resposta por parte do leitor. Já são mais de 156 mil “gostos” à página e o diretor nota “um crescimento nas redes sociais”. Quanto aos comentários do Facebook, não há qualquer tipo de gestão.

Resolvemos ir falar com um dos diretores adjuntos e perceber como trabalha com a sua equipa e como gere tantos projetos ao mesmo tempo. O diretor ontem já nos tinha dito que “há quem diga que o Expresso tem muitos diretores, mas vai ver que não”. E parece-nos mesmo verdade. Além de todos terem funções em parceria, todos acabam por desenvolver trabalhos específicos em áreas distintas. Só este diretor é responsável por três áreas particulares e todas muito distintas: o projeto Blitz, o segmento Atual e o Online.

Vamos por etapas. O Blitz é um projeto interessante que tem a sua produção inteiramente no seio da redação do Expresso. A revista é mensal e a sua equipa é reduzida, composta apenas por um editor, um gráfico e dois jornalistas. São as mesmas pessoas que estão responsáveis pelo online da revista também. E engane-se quem pensa que por ser mensal a revista goza de maior descontração. O diretor confessa que “a tensão é permanente e o fecho é constante”. Aliás mal a revista sai na mesma semana reúnem a equipa e decidem o fecho da revista.

O online da revista vive de caráter de atualidade e os temas não são os mesmos da edição em papel. A revista é exclusiva nesse sentido, e nem sequer se pensa num

modelo freemium ou paywall, à exceção das típicas assinaturas. Quem quer ter acesso aos conteúdos da versão em papel terá mesmo que pagar por isso. O Ipad também suporta a versão paga da revista – e aí já há acesso aos conteúdos do papel – e em breve irão desenvolver a aplicação para smartphone. Essa política conta o diretor “nunca mudou e dificilmente vai mudar.” É provavelmente a publicação mais camaleónica e o diretor admite a grande capacidade que a revista tem em se moldar.

No site, o que mais se produz é “texto e fotografia ou galerias fotográficas”, refere o diretor. A existência de vídeo é incipiente e não há produção própria, apesar de no passada haver um colaborador que era responsável por isso. A Blitz Tv não é mais do que um agregador de vídeo, subfilmes como videoclips ou produção externa que depois é alojado ao site. Tem contudo, algum alcance, já que é transmitido na Sic Notícias e na Sic Radical

Há colaboradores para a área de fotografia, dado que é uma aposta do site. Já no que diz respeito ao som existe um projeto, a Rádio Blitz, que consiste num programa de duas horas semanais. A sua produção passa por uma parceria com um jornal da madeira que, em estreita colaboração com a redação elabora este programa. Depois, é transmitido por 48 rádios locais. Acrescente-se que o diretor referiu “que este trabalho só é possível com as indicações e orientações da equipa da redação, até porque o programa é feito com base no que vai para o site”. No site, há um separador próprio para a rádio onde podemos encontrar alojados os diversos programas transmitidos, em formato podcast.

A Atual é diferente. Não tem presença online e não poderia ser de outra forma, remata o diretor. Estamos a falar de uma plataforma que exige a constante atualização e a notícia ao minuto. A Atual é tudo menos ao minuto. Pelo conceito jornalístico que está na sua génese, com a informação profunda, de investigação, de meses e meses de trabalho, seria impossível, na visão do diretor, reformatar estes conteúdos para o consumo rápido que o online exige.

Há um grande hiato entre a publicação da edição impressa e o tempo que decorre até à sua nova publicação. E é neste espaço de tempo que temos que perceber que o site se vai alimentar da atualidade e não de segmentos como a Atual.

De facto, nenhum dos suplementos se encontra disponível no site, ao não ser para os assinantes ou utilizadores de Ipad (também com uma versão paga). Há unanimidade no

que respeita à abertura dos conteúdos e os trabalhos que são feitos com maior profundidade são realmente exclusivos do jornal em papel. Isto é uma estratégia do jornal e parece não querer abdicar da fórmula. Nos outros jornais, mesmo os conteúdos mais exclusivos, estão expostos no site dando a indicação de acesso restrito. No Expresso, só há a disposição das capas dos suplementos e nada mais.

Algo que também faz parte das funções deste elemento da direção, ainda dentro das tarefas do online, é a ligação do jornal ao Portal Sapo. É deste site que muitos leitores têm acesso a notícias do Expresso e a pressão “é constante para que os nossos artigos saiam primeiro”. O diretor está sempre em comunicação com a responsável do sapo e trocam mensagens via SMS numa base quase diária, especialmente quando o Expresso pode estar na manchete do Sapo e não está. O Portal não agrega apenas notícias deste jornal por isso a competição é renhida. Diz o diretor que uma das regras do Sapo “é publicar quem manda a notícia primeiro” e por isso a redação do online tem que ser muito rápida a publicar os seus conteúdos “para terminar em primeiro lugar”. Obviamente, quando há elementos audiovisuais o portal tende a dar destaque a isso pois sabe que os seus leitores vão ter mais interesse nesse produto.

É aqui que o modelo de negócio de um jornal se cruza com a publicidade. A Sapo é a responsável pela concessão dos espaços publicitários de um determinado cliente nas páginas do jornal e vão ser o número de visualizações dessa página que vão vender a publicidade. É um jogo complicado e as receitas não são ainda suficientes para suportar os custos de um jornal em papel. Mesmo com os avanços do online, a sua rentabilidade, em termos de investimento publicitário, ainda fica muito aquém do que se espera.

Com a Google a situação repete-se ainda que com algumas alterações substanciais. A multinacional que rompeu com o intermediário do negócio dos jornais em papel tem uma série de “palavras Google”, aquelas que potencialmente o utilizador mais pesquisa. Ora, quando se entra no back office do site e se procede à redação da notícia, no final há um espaço para escrever as palavras-chave que serão mais propícias a serem “googladas”. Estas palavras vão determinar o posicionamento do jornal numa simples página do Google.

## **Dia 6**

Tentamos perceber também como funciona a Revista do Expresso, um dos cadernos da publicação que vive integrada no seio da redação. Trabalham todos próximos uns dos outros, num dos cantos da sala.

No total, entre editores, jornalistas e secretariado, são 8 pessoas. A publicação conta também com alguns colaboradores, que são mais ou menos regulares, e que escrevem para a publicação.

A Revista fecha à terça-feira, mas as suas reuniões mais importantes decorrem sempre à segunda e à quinta-feira. À quarta-feira de manhã há a discussão de temas de toda a equipa com duas edições de avanço e aproveitam para comentar o que falhou na edição e o que esteve melhor.

Desengane-se quem possa pensar que o fecho desta publicação é só às terças, na verdade, conta o editor, “fecha todos os dias”, pois seria humanamente impossível deixar o fecho concentrado num só dia. É o segundo maior caderno que conta com colaborações externas. O editor fala essencialmente de várias pessoas da redação a contribuir para o mesmo e colaboradores externos.

Os assuntos são variados, quando no passado obedecia a um tema mais geral. Hoje em dia quem folheia a revista encontra quase sempre uma ou duas grandes reportagens e uma grande entrevista de vida. Há uma grande componente fotográfica na revista e uma grande exploração da profundidade temática. As ideias advêm de quem calhar: desde os editores, aos diretores ou até dos jornalistas, as propostas “chovem de todos os lados”.

A colaboração com o site é muito reduzida já que se trata de uma publicação que vive do papel. “E deverá continuar assim porque em termos de publicidade aguenta muito do jornal” conta o editor. Há um público muito específico para esta revista e dificilmente se pensará num outro formato. À exceção dos dispositivos móveis. Diz que o Expresso vive “de notícias marcadamente políticas e de elite”.

Se para o site a produção é incipiente e reduzida à reprodução da capa, ainda que passado alguns dias ceda alguns contributos de imagens e galerias, para os dispositivos móveis já é bem diferente. Mas o que é colocado no site só verte para lá depois da revista ter saído em papel sustentando a sua viabilidade via papel. A capa é promovida no site e nas redes sociais, mas de forma não planeada e reduzida e normalmente ocorre à quinta-feira. Salvo se o assunto for mesmo bombástico é que guardarão o assunto para

sexta, dia de fecho do semanário. É o que acontece esta semana com um assunto marcadamente jornalístico e político, em tempo de “momentos conturbados no governo”. Há um breve resumo do que a Revista vai conter na sua edição em papel, dando elementos muito chamativos e apelando à subscrição da versão para Ipad com uma imagem e texto “Assine o Expresso Digital” e o apelo à compra da versão em papel com “Leia mais na edição do próximo sábado do Expresso”. A Revista antes alimentava também a plataforma de Life & Style com conteúdos mais leves que saíam no papel também, mas essa plataforma atualmente já não existe.

## **Dia 7**

A Exame Informática não é apenas mais uma publicação do grupo. É um exemplo de como um grupo de pessoas vocacionadas e especializadas conseguem criar vários conteúdos, e com qualidade, numa lógica de convergência.

Estava um pouco cética até conhecer a redação no seu íntimo e entender o seu workflow. Conta já com 18 anos de publicação e mudou recentemente o design da revista que publica mensalmente. O diretor define a revista como um produto que se “baseia no consumo e nos testes independentes de equipamentos”. E de facto assim é, mas não só. Ao folhear a revista podemos encontrar uma grande variedade de conteúdos, todos relacionados com tecnologia, mas com diferentes abordagens que não só a típica leitura mais rígida tecnicamente.

Optam por ter sempre no seu interior uma grande entrevista a um nome forte da área. Encontramos também um espaço para tendências, jogos, tutoriais, que o diretor afirma “ter uma grande receptividade” junto dos leitores e um espaço de descontração no final da publicação. A maior parte do conteúdo da revista é dedicado ao que a revista faz melhor: os testes de equipamentos. Apesar de terem como exemplo do que acontece e se faz lá fora, a revista reserva ainda um espaço intitulado “Portugal faz bem”, focado nas novas tecnologias mas virado para o que se faz em Portugal. São fundamentalmente estudos, de investigação, que apresentem algo de inovador.

Finalmente, há um espaço dedicado mais aos assuntos da atualidade, ainda que a revista seja mensal mas que são incluídos pouco tempo antes do fecho da revista.

A equipa da Exame não faz só a publicação em papel. É responsável pelo site que vive de notícias da atualidade e de conteúdos vídeo, todos com produção própria. Estes

jornalistas sem grandes complicações fazem vídeos na própria redação com o recurso a uma câmara e um suporte para filmar. O diretor afirma que na reunião de quarta-feira “já começa a delinear o que tem potencial como vídeo e já distribui quem vai fazer o quê”. Mobilizam-se de forma extraordinária.

O vídeo “é a nossa maior vantagem porque o nosso leitor em vez de ler apenas o texto, pode ver um conteúdo audiovisual desse equipamento e isso para tecnologia é realmente uma mais-valia”.

Como se isso não bastasse ainda fazem um programa para a SIC Notícias. Para isto recorrem a uma produtora externa, que faz a produção e a realização do programa, mas são eles que preparam os seus conteúdos. O programa no total tem 16 minutos. O exemplo dado foi de uma reportagem em Braga, em que o jornalista rapidamente avisou a produtora e já levaram uma equipa que gravasse vídeo para o programa do canal de televisão. Aqui a necessidade de recorrer à produtora decorre do formato de saída, ou seja, o vídeo tem que ter alta qualidade para depois serem transmitidos pela SIC Notícias.

Usam também uma rede de colaboradores fotográficos para quando precisam de se deslocar.

Mas destacaríamos talvez a maior vantagem desta equipa a sua “apetência tecnológica por todos nós”, ou seja, falamos de 5 pessoas que sabem todas trabalhar para o site, para a edição em papel e ainda editar (em Premiere) e gravar vídeo. Isto acaba por conferir uma dinâmica excelente no que diz respeito à construção de conteúdos convergentes. E, não ficam dependentes de nenhuma pessoa isolada que apenas ela sabe fazer um determinado trabalho: multifacetados, multiárea e multiplataforma.

E não se mantêm todos nas mesmas funções. Todas as semanas há a rotação de um editor que fica como responsável pela atualização do site e pela promoção do site nas redes sociais. “O envolvimento é total”, diz o jornalista. A intenção é a de “formação de comunidades através do site e do facebook” e os leitores vão dando contributos com os comentários. Os comentários são partilhados no site e nas redes sociais e a única gestão que é feita a estes comentários é apenas a eliminação no caso de links promocionais de empresas ou de sites”, refere.

Do produto que é feito para a SIC Notícias fazem uma nova edição e dividem o que é um programa de 16 minutos (8 cada) em cinco vídeos. Isso significa que ficam com 10 vídeos isolados para usar no seu site e como quiserem e uma maior flexibilidade na gestão de atualização da plataforma.

A revista nunca se esquece de fazer referência ao site e aos conteúdos multimédia que são produzidos. No topo facilmente podemos encontrar “veja mais fotos no site” ou “veja o vídeo no site”, o que acaba por conferir “vida a uma publicação que podia morrer na hora da sua distribuição”, afirma o jornalista. Com isto nota-se uma extensão quase natural do que é produzido no papel e que acaba por redirecionar para o site.

Note-se porém que os conteúdos do papel não figuram no site, poderão eventualmente ser aproveitados em pequenas parcelas mas muito depois da sua publicação nas bancas.

Têm cerca de 12 mil assinaturas em papel e 1800 digitais. Encontram-se neste momento a fazer a transição gradual para o Ipad. Depois do Expresso a aposta do grupo é agora a Exame Informática. A primeira versão foi gratuita e agora vão começar a trabalhar na edição que vai ser cobrada aos utilizadores. A versão Ipad, que tivemos acesso durante a nossa conversa, é uma aposta clara em conteúdos convergentes. Apenas uma pessoa coordena a publicação dos conteúdos para a plataforma móvel, mas com a vantagem de uma desfasamento de 3 dias úteis entre o fecho da revista e a sua distribuição, o que lhe dá uma margem maior para a introdução de todos os elementos. E, como se trata de um produto mensal, há conteúdos que pode ir incluindo à medida que fecham.

Algo de muito positivo que está a ser feito para esta versão móvel é o aproveitamento dos recursos multimédia. Com a versão do que vemos no papel, mas no pequeno (grande) ecrã de Ipad, uma sinalética aponta para a presença de galerias de fotografias ou vídeos. Ainda não se consegue ter a verdadeira perceção de aceitação da versão móvel pela sua recente introdução, mas o caminho mostra-se muito promissor.

O diretor assinala porém uma “batalha” que não terá fim tão cedo, pois é muito difícil de contornar. A pirataria a que a revista é sujeita logo no dia da sua publicação nas bancas está fora de qualquer controlo.

No dia em que sai, os sites de pirataria já contêm as principais dicas da revista e alguns “dão-se ao trabalho de digitalizar as páginas da revista e coloca-las na íntegra nesses

sites”, lamenta o diretor. Talvez um preço alto a pagar pela qualidade e variedade de trabalho que a revista apresenta.

## **Dia 10**

A Revista Courier Internacional é mais um dos produtos que é feita pela redação do Expresso, mais concretamente pela área de internacional. Começou por ter uma redação separada, mas já é feita por estes jornalistas há cerca de 5 anos. Falamos de uma publicação internacional que reúne os melhores textos, as melhores reportagens e os melhores trabalhos de todo o mundo, traduzidos para francês.

A sua vasta equipa permite ter uma abrangência linguística sem comparação e uma das jornalistas admite que “sem isso provavelmente não conseguiríamos chegar a trabalhos do Paquistão ou da Arábia Saudita por falta de tradutores”.

Este produto internacional foi adotado pelo Expresso como produto de excelência, pelo seu conteúdo e pela sua marca. “É a resenha do que nos chega de França”, conta a jornalista. A versão internacional tem um site alojado na web, mas a versão portuguesa é apenas editada em papel. Começou por ter uma periodicidade semanal, mas agora é mensal.

No site do grupo aparece uma pequena descrição que define a publicação como “uma revista ambiciosa que tem como objetivo satisfazer um público exigente e informado em busca do que é diferente”. E continua: “desde logo porque apresenta uma seleção dos melhores textos jornalísticos publicados na Imprensa estrangeira. Depois porque esses artigos e reportagens, profusamente ilustrados, correspondem a um modo muito peculiar de observar a atualidade e de olhar o mundo em que vivemos”.

A edição portuguesa, apesar de independente, não raras as vezes acaba por ter produtos diferenciados, mas optam por falar sempre com a publicação internacional para que o distanciamento do que eles produzem não seja demasiado grande.

Como não tem versão online a jornalista caracteriza este produto como “de colecionador”, algo que as pessoas compram com o intuito de guardar, de absorver, não simplesmente de ler e deitar fora.

É também um caderno que nos dá um olhar profundo sobre os assuntos e bem ilustrado, que muitas vezes no jornal, mesmo tratando-se de um semanário, simplesmente não têm espaço. Abre um sorriso e afirma que “já imaginou ter um *dossier* inteiro sobre um assunto que lhe interessa muito? É fantástico!”.

Não identifica porém grande relação dos leitores a um produto Expresso. Acha que o leque de leitores que lê o Courier são pessoa interessadas e que “gostam de ler”, mas não necessariamente do Expresso, pois ainda há um grande distanciamento pela falta de presença na web.

E a questão é que muitas vezes tudo se resume ao investimento publicitário. A publicidade é o motor de tudo isto e as pessoas, na opinião da jornalista, não entendem a necessidade da sua inclusão no interior das publicações.

## **Dia 11**

A comunicação para dispositivos móveis não está propriamente delineada. A versão que se vê no telemóvel ou smartphone é a mesma do site. Contudo, as soluções para Iphone podem ser adaptadas consoante o browser. No que respeita ao Ipad, acontece o mesmo com a diferença de uma versão com assinatura que tem suplementos – vídeos, sons ou infografias – que as restantes versões não têm.

O site aparece organizado e está pensado de forma a aproximar-se cada vez mais da sua versão em papel. Reconfigurado recentemente, desde as cores à disposição das notícias já não é o mesmo e tenta recuperar a identidade que tanto caracteriza o Expresso na sua versão em papel. Possui uma barra horizontal com todas as secções e que permite navegar. No entanto, tal como nos foi explicado, a barra mais à direita “é a zona morta apesar de ter muita atividade pois é aqui que aparecem as últimas notícias a entrar no site”. Mas nem todas são potenciais manchetes, por isso poderão ficar apenas nessa área. Depois podemos observar duas áreas distintas: uma barra mais estreita no meio da página – que normalmente destaca assuntos “mais Light ou mais magazinescos”, mas isso não quer dizer que não se possam transformar em destaque. No espaço maior mais à esquerda estão as notícias principais. No topo a manchete principal “a vermelho tal

como acontece na manchete de capa do jornal em papel”. Conta o editor que a intensão é mesmo preservar a identidade. À medida que vamos descendo na página, as notícias vão “perdendo importância ou tamanho”. O que também não quer dizer que há dois dias não fossem manchete, mas com um espaço tão infinito de publicação, há notícias “que vão caindo”, refere. É aqui que, segundo o editor, “o jornalismo se mistura com a Internet e a apresentação é muito diferente do que se faz para o papel porque também a importância do lugar da notícia é diferente”.

No que respeita à área multimédia, a aposta é nas infografias e vídeos. Para o primeiro caso há uma equipa de infográficos responsáveis pela elaboração. Quanto à Expresso TV é um projeto que parece agora não ter grande dinâmica e que se resume muitas vezes a espaço de comentário. Quando surgiu, conta o editor, a ideia era outra, mas perceberam que não estavam a ser suficientemente competitivos no mercado, pois não têm meios para o ser. E se “os projetos não tiverem qualidade suficiente, não vale a pena investir”.

## **Dia 12**

O diretor do online referiu, quando quisemos saber mais sobre a Expresso TV, que neste momento é praticamente inexistente e está reduzida quase aos comentários que são feitos pelos jornalistas da redação ou vídeos de produção exterior ao jornal. No entanto, saliente-se que há um grande aproveitamento dos recursos presentes na redação – os especialistas, normalmente os editores – que são presenças diárias no canal de notícias da SIC. Fruto de uma parceria convergente, os jornalistas são frequentemente convidados a fazer um comentário sobre a sua área de atuação. Também há o segmento das Escolhas Online que muitas vezes é feito por “um da casa”, refere um dos elementos da direção. Comum também é para estes jornalistas marcarem presença nas Revistas de Imprensa da Sic Notícias e todos os dias da semana à um comentário de alguém da Economia. Talvez o programa mais mediático desta parceria de integração de recursos Sic – Expresso seja o Expresso da meia-noite. Moderado por dois dos elementos da direção, é um programa com alguma tradição na grelha da estação e onde se discute a atualidade com o olhar atentos dos dois diretores.

A ambição do jornal não é ser também uma televisão, até porque seria uma má estratégia da parte do Expresso e não estariam a tirar proveito da parceria com a SIC.

As plataformas menos pensadas, segundo o editor de política, serão as móveis. A disposição da informação na aplicação para Iphone aparece como uma lista de notícias, em nada comparável ao que podemos aceder no site ou até se acedermos através do browser, recorrendo ao Google ou outro servidor qualquer. Mas a situação ainda se distancia mais quando falamos do Ipad. Na opinião do editor, os conteúdos “limitam-se a ser atirados para o cesto” e a forma de visualização não é a mesma do jornal, tendo o utilizador que arrastar, aumentar e centralizar vistas para aceder a todo o conteúdo. Mais grave ainda é que o que o editor programou para o jornal – linha editorial, linguagem das fotografias e o que elas comunicam, caixas de texto – perdem o sentido se vistas desajustadas ou separadas. O que significa que o Ipad rompe com a linha editorial do jornal ao não cumprir com os propósitos do papel. É uma área por investir no jornal, mas que ainda não tem rentabilização. O editor conta que as assinaturas para Ipad “rondam as 5 mil” o que é muito pouco.

### **Dia 13**

O editor contou também que os vídeos são muito raros nos dias que correm. É comum os jornalistas da redação referirem o corte de pessoal e a redução de custos. Há não muito tempo o Expresso tinha uma tradição no vídeo próprio, com uma série de colaboradores que foram sendo dispensados à medida que a crise avançava. E refere o editor que “estes vídeos eram muito acarinhados pelos leitores, tínhamos reações fantásticas e tivemos vídeos premiados em festivais”. Quando os vídeos começaram a ser cada vez menos, “foi-nos dito que teríamos sempre a equipa de reportagem da Sic e poderíamos usar os seus vídeos, lembra. E de fato a redação não quer competir com uma televisão. Mas o editor contou que sempre que na página aparece uma imagem com o símbolo de vídeo ou infografia, são extremamente chamativos e os leitores aderem. Um paradoxo portanto. Se por um lado os leitores gostam, o reverso da medalha é a crise que os jornais atravessam e que os impedem de continuar a fazer apostas em projetos mais versáteis.

A infografia, por outro lado, é uma grande área dentro do jornal. A equipa é criativa e trabalha em sintonia, lado a lado, como o online e com o papel. Tem maior protagonismo na plataforma web, que lhes permite conseguir realizar trabalhos dinâmicos e interativos. O editor é da opinião que “eles conseguem mostrar tudo o que tem num texto, mas de maneira diferente”.

Conta também que todas as semanas planeiam conteúdos com os infográficos, nos mais variados temas. Deu o exemplo das campanhas: habitualmente os jornalistas do online fornecem os dados – nomes dos candidatos, idade, mandatos, concelhos, partidos, etc – e os gráficos produzem.

Um outro segmento que habitualmente compõem é o das estreias e aí há um trabalho infográfico que reúne outros elementos, tais como vídeo e voz off. Aqui o trabalho é em parceria com a zona de edição.

A equipa de infografia já foi premiada por trabalhos realizados para o Expresso. Atualmente é composta por 6 elementos: três deles têm formação jornalística; os restantes foram redirecionados de outras áreas paralelas, como a fotografia e o design e têm formação em Artes ou Design gráfico.

Lamenta que a sua equipa não seja mais versátil e tem lutado nos últimos anos por inculcar a força e a vontade de quererem contribuir com uma carteira de temas, para que os infográficos “tenham uma presença maior no jornal e até nas reuniões”. Metade da equipa tem formação jornalística e percebe melhor quando se trata de produzir um produto que também ele é jornalístico, e principalmente quando se trata “de fazer jornalismo puro, de triagem de informação e redação de títulos, legendas e textos”. Têm que desenvolver mais o seu lado jornalístico. Se houvesse mais iniciativa para propor projetos e novas ideias, “deixariam de estar tão presos aos jornalistas”, refere com algum desapontamento.

O editor não acha que a área esteja em desenvolvimento, muito pelo contrário. Acredita que está estagnada. Lembra que por volta de 2006 houve um grande boom nesta área, mas atualmente, pelo menos no que diz respeito ao Expresso, está parada.

E a forma como são retratados na redação com alguma preocupação: “somos uma espécie de produto híbrido”, conta. Quase sem definição estão na redação, são os maiores parceiros de produtos alternativos ao texto e à simples fotografia, mas ainda assim não têm o reconhecimento devido. As suas tarefas envolvem um cruzamento de muitas áreas e há três rubricas que são habituais todas as semanas: as estreias de cinema (que desenvolvem em parceria com a edição de vídeo), o tempo e a gastronomia. Esta equipa de vídeo revelou, tenderá a desaparecer do jornal. Atualmente só eles editam vídeo, apesar de alguns fotógrafos fazerem a captação de imagem, não sabem editar.

Na teoria, a parceria com a SIC deveria suprimir a falta deste apoio. Contudo, na prática ainda está para se perceber se isso acontecerá de verdade. “Cada um tem as suas quintas”, disse-nos para ilustrar como apesar de estarem inseridos no mesmo grupo, raramente procuram convergir. Aceita que se façam muitas sinergias, mas tem receio que no futuro até isso se perca.

Já começam a preparar alguns trabalhos sem ninguém lhes pedir. Há trabalhos que são planeados com um mês de antecipação, se tiverem margem para isso. Vão ao terreno se for preciso, recolhem depoimentos, entrevistam pessoas e saem em reportagem. Os jogos olímpicos serão um grande evento no verão deste ano e exigirá não um esforço de cobertura, mas também algum trabalho de antecipação. Como tal, a equipa de infografia já começa a reunir informação que poderá ser útil daqui a poucos meses. Quando perguntei se o desporto tinha sugerido esta recolha de informação disse que não, que tinha partido inteiramente da iniciativa deste grupo, muito embora vão conversando com os colegas para lhes dizer o que já têm reunido.

As tecnologias móveis são um ponto de investimento, acredita. Apesar de só terem lançado no início do ano uma aplicação para smartphone e iPhone, no que respeita ao Ipad têm pensado com mais cuidado a disposição de informação e o tipo de conteúdos que fariam sentido nesta plataforma. Contudo, revelou que alguns jornalistas quando lhe foi pedido que colaborassem mais na produção de conteúdos convergentes para o Ipad, negaram-se e encararam isso como “mais uma coisa a fazer”.

São os gráficos que vão preparando a disposição dos conteúdos para o Ipad, à medida que vão fechando na redação, e também são eles os responsáveis para organização da informação para o dispositivo móvel. Muito embora o número de assinantes tenha estagnado ou evoluído pouco, continua a achar que esta tecnologia, bem desenvolvida, tem um nicho de mercado muito específico e que ainda poderá trazer algumas surpresas.

#### **Dia 14**

Os gráficos acreditam em algo que muitos jornalistas ainda não têm a perceção: a valorização e principalmente a potencialização que um determinado conteúdo pode ter com a tecnologia como seu aliado. Um dos gráficos admite que “isto ainda é tudo muito novo” referindo-se não só ao online, mas à tecnologia em geral. Não há tradição em pensar a tecnologia, há tradição sim em pensar o papel. “Estes jornalistas foram

habituaados a isso e contornar esse aspeto revela-se, por vezes, bastante difícil”, refere um dos gráficos.

Dá, a título de exemplo, a utilização dos vídeos, das infografias e dos sons. Este gráfico sabe que, uma qualquer notícia, teria muito mais potencial se viesse acompanhada de um destes elementos. Confessa que, muitas vezes quando está a programar os conteúdos para Ipad, pede ao jornalista que aproveite a entrevista que vai fazer (vídeo ou som) para conseguir encaixar depois na versão eletrónica móvel. Mas “isso nem sempre é aceite”. O vídeo tem uma presença diminuta no jornal e “nem sempre todas as semanas temos um vídeo. Era excelente se tivéssemos”.

Neste momento a versão Ipad do Expresso é uma “adaptação do jornal em papel ao ecrã da plataforma”, mas com a vantagem de ter uma maior flexibilidade porque não tem limite de páginas. Os conteúdos aparecem dispostos de uma maneira mais dinâmica também lhes permite flexibilizar, dar destaque e dividir textos, títulos e imagens com uma outra abertura que o jornal não tem. Na verdade, quando folheamos a página de um jornal, de imediato absorvemos tudo o que está disposto na página. No Ipad, a lógica é inversa. Se por um lado o tamanho do ecrã limita a disposição e a organização da informação, por outro abre um infundável número de páginas, de botões de acesso e capacidade de dar destaque a conteúdos que não são absorvidos logo num primeiro olhar. De certa forma, alimenta a curiosidade do internauta, dando “a informação faseada”, refere, na procura por aquilo que lhe interessa mais saber em vez de simplesmente colocar tudo à sua disposição com um só olhar.

As questões mais técnicas são complicadas e transformam todo o processo numa lista de linguagens HTML e códigos de visualização. É um processo moroso, até para um gráfico com muita experiência, como é aqui o caso. A tecnologia também atrapalha e há muito que não há um investimento nesta área.

Os gráficos fazem toda a paginação com o programa Hermes. Mas este programa é incompatível com o usado para Ipad. Da primeira vez que tentaram fazer a versão a partir deste programa, demoraram mais de 24 horas. Como este processo não resultou optaram por outra solução. O programa lê os conteúdos em papel e faz-se depois a transposição para o Indesign, que com este sim, é mais fácil fazer a inserção dos conteúdos. O ficheiro, agora em Xml, está programado para ler códigos diferenciados, como títulos, textos ou imagens e facilita, em muito, o processo de inserção.

A infografia adapta-se a esta plataforma fazendo os conteúdos propositadamente para ter o seu correto funcionamento na plataforma móvel. Daqui se percebe que há uma grande parceria pois são equipas que estão habituadas a pensar o lado mais gráfico e funcional das notícias.

Refere também que neste momento na redação, não há ninguém a pensar nos conteúdos para móveis. Quem faz esse trabalho é o gráfico que pagina e faz a inserção dos conteúdos. Os jornalistas da redação parecem ainda não ter percebido que também aqui se trata de “contar uma história”, mas em vez de ter principio, meio e fim, tem uma série de ramificações que a tornam diferente e mais interessante. O facto da versão Ipad ainda ser construída exatamente como no papel só revela que ainda há um longo caminho a percorrer.

O gráfico nota, mesmo assim, que esta área está a passar por uma grande evolução. Há e vai haver sempre uma divisão, tal e qual assistimos na Internet e nos que adquirem a tecnologia móvel. Há sempre “a malta do Iphone e do Ipad, da mesma maneira que há todos os outros que preferem conteúdos gratuitos”. Os leitores, habituados ao gratuito, terão que ter conteúdos muito competitivos para estarem dispostos a pagar. Esta divisão, que se assiste fora da redação, é transposta cá para dentro.

O Ipad neste momento é visto como “o apêndice da publicação principal”, diz o gráfico. E a razão disso acontecer é porque ainda não há qualquer planeamento para a disposição dos conteúdos. Apesar da questão editorial não estar ameaçada, perde-se sempre alguma coisa se se limitam a publicar conteúdos sem “aviso prévio”. O gráfico acha que é uma área de futuro, mas falta que a parte editorial do jornal comece a pensar no Ipad como mais uma plataforma de saída de conteúdos, capaz de oferecer conteúdos, dispostos de uma forma diferente, alternativos ao papel, tal como o conhecemos.

Ao olhar para o site confrontamos com a questão dos símbolos. E perguntei se achava que o vídeo poderia ser uma mais-valia a um texto ou uma notícia. Acredita que não. As pessoas diz “só vão atrás do que lhes interessa”, independentemente do assunto. Mostrou-nos o exemplo de uma reportagem em vídeo sobre uma mulher que precisava de uma mão biónica e que para conseguir dinheiro suficiente para a operação tinha que juntar toneladas de tampas de plástico. Essa reportagem teve cerca de 5 mil visualizações. O que “é um bom número”, refere. Porém, uma outra notícia, uma fotogaleria, das personalidades mais influentes segundo a revista Times, que tem

obviamente o seu valor, já tinha ultrapassado esse valor com apenas pouco tempo de publicação. A sua visão para um jornalismo mais profundo é que “histórias como a da mulher com a mão biónica educam. E o público precisa disso”.

O jornalista sabe que o conteúdo convergente e multiplataforma é um ponto mais do que positivo, mas na prática isso nem sempre funciona de forma tão linear. Há um diminuto aproveitamento das potencialidades do jornal. A aposta nos conteúdos vídeo ou áudio é um. O caso “mais gritante é o Ipad”. Esta plataforma, conta, “consegue mostrar a notícia com tantas perspetivas diferentes e únicas, conseguimos moldar o conteúdo de uma forma única e volátil que no jornal em papel simplesmente não é possível”. E mesmo assim o Expresso não aproveita as suas potencialidades. O jornalista deu o exemplo do caso Público que, até para a concorrência, é notório o investimento que estão a fazer nesta área, o cuidado do seu planeamento e a sua estratégia no mercado da comunicação online. O Público, refere, fez uma opção clara de aposta neste tipo de conteúdos, além do site claro, que os outros não estão a conseguir acompanhar.

As parcerias com o canal de televisão também marcaram parte da nossa conversa. O jornalista é da opinião que a sinergia existente só funciona para um lado que é o apoio que o Expresso presta à Sic. Apesar do jornal utilizar vídeos da televisão, o canal não vai mudar a sua grelha ou a sua agenda por causa de um acontecimento do próprio jornal. E, um caso curioso, se por um lado os jornalistas estão disponíveis para irem à Sic todos os dias fazer um comentário na área da economia ou da política, se for pedido, pela área de multimédia, um comentário sobre uma temática menos “visível”, a probabilidade é que esse seja recusado.

## **Dia15**

Pela falta de disponibilidade de grande parte dos jornalistas, decidimos perceber o que tem acontecido no site nas últimas semanas. A infografia continua a ter uma presença diminuta e a presença de multimédia é nula. Não há dinâmica nas infografias além de um comum botão para avançar para a imagem seguinte. É uma clara adaptação, ainda que pobre, do que poderia ser feito por exemplo para o jornal impresso. As galerias de fotografias também não entusiasmam. Repetitivas e sem nada de novo, usam a mesma base e trata-se apenas de reunir imagens numa plataforma deslizante, nada mais. É o que intitulam de multimédia, mas na verdade deveria chamar-se de arquivo fotográfico, pois

em nada acrescenta à notícia a não ser o poder da imagem. Também não há um só nome para este produto, às vezes é chamado de fotogaleria. Não há grande rigor na denominação apesar de serem exatamente iguais.

Os “outros produtos” multimédia que são encomendados à secção de vídeo e de multimédia é o cartaz de cinema. Chamam-lhe de infografia pois reúne o trailer do filme e uma pequena síntese cinematográfica. Na parte superior, a pontuação dada pelos críticos de cinema. É um conteúdo repetitivo, sem força e que resume de forma pobre o que pode ser o Multimédia no Expresso.

É só mais uma prova do claro desinvestimento nesta área que parece estar em queda no jornal. Antes havia uma grande relação com a área de multimédia e houve alguns jornalistas a ganhar prémios internacionais com isso.

Eram histórias reais, histórias de vida retratadas de forma próxima, em registo vídeo, áudio, fotográfico. Uma combinação quase perfeita de histórias em profundidade, que pareciam um prolongamento do jornal em papel e às histórias a que habituou o seu público.

O editor da Revista, considera-se uma pessoa que acredita no papel, mas encontra nos tablets e nas plataformas móveis imenso potencial. Não consegue perceber como é que “nos dias de hoje ainda não há mais publicidade para esta plataforma”, mas acredita que por aqui passará o futuro.

Mesmo a Revista já começa a ter uma outra postura, que não tem no site por ser totalmente aberto, com a produção de conteúdos mais exclusivos. Esta semana aproveitaram uma das entrevistas para produzirem um conteúdo audiovisual para figurar nos tablets. A peça, de si, já é bastante gráfica, mas encontra um prolongamento espantoso na plataforma móvel. A equipa organizou-se em torno do jornalista da revista e um dos responsáveis do vídeo que juntos trabalharam para conseguir fazer um trabalho multimédia.

Mas lembra o editor que na redação do Expresso ainda há muitos a resistir às mudanças operadas pela tecnologia e que é difícil, principalmente para os mais velhos, adaptar-se a este “processo em mudança”.

Falamos com o jornalista responsável por este trabalho, mas admitiu desde logo “que se trata de um trabalho pontual”, apesar de saber que este tipo de trabalho tem um potencial enorme junto do público. Não há, como já sabemos, pessoas suficientes que façam tudo isto e isso limita a abrangência deste tipo de trabalhos. O trabalho está dividido em vários clips de vídeo e fotografias que vão ser incluídos no texto com pequenas caixas.

Segundo o jornalista responsável pela gravação “este foi um trabalho que demorou algum tempo a ser feito”, mas que rompe com a normalidade até pela sua temática. Só lamenta ser algo residual e que não encontre repetição noutras áreas ou com outros conteúdos.

O editor salienta que durante as reuniões de quarta-feira, depois do serviço distribuído, ele dedica-se a pensar no que é que pode ser trabalhado para as aplicações móveis. O editor sabe que as pessoas encontram muito mais potencialidades nos tablets mas ainda está tudo muito no início. Uma dessas potencialidades de ter “em vez de uma fotografia da semana, ter cinco ou seis é fantástico”.

Os conteúdos transmedia poderão ser uma grande aposta de futuro. Na mesma história, diferentes narrativas, que por terem ligação entre elas carregam os trabalhos de uma carga dramática imensa. Conteúdos com muito potencial que não se limitam apenas a um texto e fotografia, mas uma galeria com som (ambiente ou voz) e com vídeos ou até infografias. O exemplo de que falamos foi o “Rape in Congo”, da France 24 (<http://www.france24.com/static/infographies/webdocumentary-congo-peace-rape-goma-drc-north-kivu-un-goma/>)

Um exemplo sem exemplo em Portugal, mas que combina todos os elementos de um trabalho denso, profundo e marcadamente multimédia.

O jornalista confessa que estas parcerias potenciam sem dúvida o grupo, mas que esta será uma “tendência que em breve vai ser encarada quase como natural”. O momento económico que Portugal atravessa é crítico e abre portas para “novos desafios de comunicação” e são “muitas frentes de batalha” para estes jornalistas ao mesmo tempo que traz “constrangimentos financeiros às equipas cada vez mais reduzidas”. Daí que o seu papel também seja motivar estes jornalistas e fazê-los trabalhar sempre com o objetivo muito claro do que o jornal precisa.