Universidade Fernando Pessoa

Porquê estudar o jornalismo?

Actas das II Jornadas Internacionais de Jornalismo

Ricardo Jorge Pinto

Jorge Pedro Sousa

(Organizadores)

ISBN: 978-972-8830-76-2

Depósito-legal: 252837/07

Porto, Março de 2007

Prólogo

As II Jornadas Internacionais de Jornalismo da Universidade Fernando Pessoa, organizadas pelo Centro de Estudos da Comunicação da instituição, pretenderam ser um espaço privilegiado para os professores e investigadores de instituições de ensino superior apresentarem e discutirem ideias e resultados de pesquisas no campo dos Estudos Jornalísticos, bem como para lançarem as bases de projectos comuns. Foi ainda objectivo dos organizadores que as Jornadas constituíssem uma plataforma para os estudantes de graduação e pós-graduação em Jornalismo tomarem contacto com a pesquisa avançada neste campo e, eventualmente, apresentarem trabalhos resultantes da sua investigação, a título individual ou em conjunto com os seus professores. Fomentou-se, também, a adesão de jornalistas, para que a sua experiência como protagonistas do processo jornalístico enriquecesse as Jornadas e permitisse uma interacção rica entre eles, os estudantes que aspiram a tornar-se jornalistas e os investigadores que se dedicam a estudar o Jornalismo, pois é tempo de a Academia e os profissionais deixarem de andar de costas voltadas. Para isso, é preciso atrair os jornalistas à Universidade, tal como é preciso franquear o acesso dos órgãos jornalísticos aos investigadores.

Os organizadores consideram que a especificidade do Jornalismo, como actividade que procura descrever a realidade com determinados métodos e técnicas e que gera um tipo particular de conhecimento sobre ela, implica que o Jornalismo e os estudos jornalísticos não sejam descaracterizados no seio das Ciências da Comunicação, generalistas, sendo essa a principal razão pela qual têm insistido na organização, na UFP, de eventos internacionais devotados especificamente aos Estudos Jornalísticos, de que as II Jornadas Internacionais de Jornalismo são já o quarto exemplo. Em 2007, a pergunta "Porquê estudar o jornalismo?", mote das Jornadas, foi respondida por investigadores, professores, jornalistas, estudantes de jornalismo e demais

interessados, esperando-se que as respostas apresentadas neste texto de actas contribuam para solidificar os Estudos Jornalísticos e enriquecer o ensino e a investigação sobre essa extraordinária e importante actividade, representativa do que mais nobre é capaz o génio humano − o Jornalismo.

Índice

Comunicações plenárias

Repensar o xornalismo: ideas para avanzar na era dixital

Xosé López García

Página 11

Quem São os Jornalistas Licenciados em Jornalismo / Ciências da Comunicação?

Caracterização dos Profissionais dos Órgãos de Informação do Grande Porto

Jorge Marinho e Salomé Pinto da Silva (Centro de Estudos das Tecnologias, Artes e Ciências da Comunicação da Universidade do Porto)

Página 25

O desafío europeo do ensino do xornalismo

Xosé Ramón Pousa Estévez (Universidade de Santiago de Compostela)

Página 595

Comunicações de tema livre

Os primeiros jornais portugueses: as *Relações* de Manuel Severim de Faria

Jorge Pedro Sousa, Nair Silva, Mônica Delicato, Gabriel Silva

Página 43

Manuel Severim de Faria: primeiro jornalista português

Gabriel Silva, Nair Silva, Mônica Delicato, Jorge Pedro Sousa

Página 147

As relações de naufrágios do século XVI e a génese do jornalismo lusófono

Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa)

Página 165

Por uma pedagogia freireana no ensino jornalístico contemporâneo

António Francisco Ribeiro de Freitas

Página 223

Jornalismo e responsabilidade social empresarial: uma pauta em construção

Lucia Santa Cruz

Página 231

Digitalização, flexibilidade e reordenação dos processos jornalísticos

César Bolaño e Valério Brittos

Página 249

Perspectiva africana sobre a formação de jornalistas, casos do Senegal e de Cabo Verde

Wlodzimierz Józef Szymaniak

Página 265

O jornal laboratório digital como ferramenta de aprendizado e prática do estudante de jornalismo

Denis Porto Renó e Caroline Petian Pimenta

Página 273

Produção da informação nos campos da Ciência da Comunicação e da Informação

Rogério Eduardo Rodrigues Bazi

Página 290

Erros e omissões em notícias ligadas a temas jurídicos – um estudo de caso

Tomás Eon Barreiros e Sérgio Paulo França de Almeida

Página 299

Jornal impresso e pós-modernidade: O projecto Ruth Clark e a espetacularização da notícia

Luiz Roberto Saviani Rey

Página 329

O constrangimento nosso de cada dia: o jornalismo e os constrangimentos organizacionais

Mozahir Salomão (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – Brasil)

Página 349

A introdución das normas de xestión da calidade na empresa de comunicación

Francisco Campos (Universidade de Santiago de Compostela)

Página 352

Mi(n)to, logo existo: Poder e Subalternidade nas Culturas Populares

Dalmer Pacheco (Universidade Federal de Alagoas)

Página 380

Leitor na primeira página: um estímulo à interatividade em diário da cidade de Campinas

Carlos Alberto Zanotti (Pontifícia Universidade Católica de Campinas)

Página 397

A imaxe de Galicia e os galegos nos xornais de América Latina (2005-2006)

Antonio Isasi Varela; Tatiana Hernández Soto; Moisés Limia Fernández; José Pereira Fariña e Xosé López García (Universidade de Santiago de Compostela)

Página 412

Para estancar os galimatias e incrementar a inteligibilidade

Mário Pinto (Universidade Fernando Pessoa)

Página 432

As rádios locais em Portugal – da proximidade à diminuição da oferta informativa local

Luis Bonixe (Escola Superior de Educação de Portalegre)

Página 455

A cerimônia de posse como espaço do consenso político na democracia representativa

Ariane Diniz Holzbach (Universidade Federal Fluminense)

Página 476

Laboratório da Notícia: estudo de caso do primeiro jornal acadêmico de circulação diária do Brasil

Carlos Alexandre Gruber de Castro (Centro Universitário Positivo – Curitiba - BR)

Página 493

A busca pela legalização: conflitos e negociações entre o Ministério das Comunicações e as rádios comunitárias

Beatriz Brandão Polivanov (Universidade Federal Fluminense)

Página 516

Estruturas textuais do relato noticioso: um estudo de caso

Rafael da Silva Paes Henriques (Universidade do Minho)

Página 532

Ver o design através do jornalismo: porque investigar a imagem midiática do design

Patrícia Amorim (Universidade Federal de Pernambuco)

Página 545

Na busca de uma identidade profissional: uma conversa sobre o fim, o novo e jornalistas em crise

Maíra Mahfuz Ribeiro (Universidade do Minho)

Página 556

A construção da Europa na imprensa: algumas pistas de reflexão

Ana Isabel Martins (Universidade de Coimbra)

Página 565

Periodismo, Publicidad, Propaganda, Relaciones Públicas y otros modos de comunicación al alcance del sector Textil-Confección.

Jesús Pérez Seoane, Montserrat Vázquez Gestal (Universidade de Vigo) e Paulo Ribeiro Cardoso (Universidade Fernando Pessoa)

Página 582

(Re)Conhecer A Cidade – O Ensino do Fotojornalismo através de uma Experiência Internacional

Maria Zaclis Veiga Ferreira (Centro Universitário Positivo) e José Manuel Bacelar (Universidade Fernando Pessoa)

Página 600

Universidade e xornalismo en Galicia

Carme Costa Sánchez (Universidade de Santiago de Compostela)

Página 606

INTERNET: Possibilidades e ameaças para a rádio musical

João Paulo Meneses (TSF)

Página 618

Comunicações

plenárias

Repensar o xornalismo: ideas para avanzar na era dixital

Xosé López García (Universidade de Santiago de Compostela)

xlmorgan@usc.es

Sumário

O xornalismo atravesa unha fase das súas cíclicas crises que se viu acentuada nos últimos anos polos efectos dalgunhas prácticas profesionais fraudulentas que protagonizaron informadores dalgúns dos principais medios de referencia. Esta situación, que se produciu xusto nunha fase de grandes transformacións na sociedade actual, incrementou o desconcerto en amplos sectores da cidadanía. Desde a Universidade temos que dar respostas a esta encrucillada para que o xornalismo cumpra cos seus cometidos e responda as necesidades dos suxetos da información.

Abstract

Journalism goes through a phase of its cyclical crisis that has been defined by the effect of some fraudulent professional practices carried out by journalists who worked for some of the main reference media. This fact has happened during a period of great transformations in the present society and has increased confusion in wide citizen sectors. >From University we have to find a solution for this problem in order to guarantee that Journalism does its duties and answers to the needs of the Information Society.

Introducción

A crise instalouse no xornalismo. A fase actual, unha das máis críticas do último século, encendeu moitas alarmas, especialmente nos sectores profesionais e académicos máis preocupados pola excelencia xornalística, é dicir, pola existencia de refentes que sirvan de guieiro para a práctica diaria nos medios de comunicación. As prácticas profesionais fraudulentas, principalmente as que

protagonizaron reporteiros norteamericanos[1] das principais cabeceiras, provocaron unha perda de credibilidade dos productos xornalísticos que dificilmente se recuperará a curto e medio prazo. Foi algo así como a gota que encheu o vaso dos despropósitos nunha fase de especial confusión e desconcerto nos distintos territorios da comunicación pola tendencia a súa mistura e polo dominio do imperio da comunicación comercial.

Estes escándalos, que desencadearon desde demisións ata revisión dos mecanismos de control de calidade nos medios para os que traballaban[2], producíronse xusto nunha fase de grandes transformacións no hipersector da comunicación e na propia sociedade actual. A aparición de Internet, os avances da era dixital ou as novas posibilidades que ofrecían as tenoloxías móviles marcaban a actualidade neses tempos de desatinos profesionais, que desencadearon desconcerto nalgúns ámbitos profesionais, nos sectores máis activos da cidadanía e nos principais actores sociais. Mentres aparecían novas ferramentas para a producción e difusión da información, algúns profesionais esquecían os valores, renunciaban a garantizar a veracidade da información e alimentaban a confusión reinante, prácticas coas que só beneficiaban aos obxectivos dos grandes grupos, preocupados por acadar unha maior desregulación e liberalización no sector.

A resposta desde os ámbitos académicos e profesional, aínda sendo importante, chegou con retraso e tivo pouca incidencia nos debates necesarios para repensar o xornalismo. As vellas convencións mostraron algunhas das súas debilidades, pero non houbo capacidade para establecer unhas novas que actúasen como guieiro nas prácticas profesionais de referencia. As invencións e os falsos gañaron espacio nas propostas informativas. Foi unha loita desigual na que, aínda admitindo que posiblemente perderon todos os sectores implicados, os grandes derrotados están no terreo dos intereses dos cidadáns e no seu dereito, como suxetos da información, a unha información veraz e útil para poder intervir e participar na vida diaria da sociedade.

[1] Dos escándalos xornalísticos dos últimos anos do século XX e primeiros do século XXI, os de Janet Cooke e Jayson Blair son os dous que maior repercusión tiveron nos medios de comunicación. Janet Cooke inventou a historia dun heroinómano de oito anos que mereceu un Pulitzer, que logo lle retiraron, e Jayson Blair, considerado un reporteiro estrela polo The New York Times, inventou numerosas informacións, como recoñeceu cando, nunha entrevista logo do seu despido, dixo: <enganei ás mentes máis brillantes>.

[2] Logo do escándalo desatado ao coñecerse a fraude xornalística de Jayson Blair, o *The New York Times* anunciou a renuncia do seu editor executivo, Howell Raines, e do editor xerente, Gerald Boyd. Con estas medidas, o xornal tentaba recuperar a credibilidade.

O panorma actual está presidido por esta encrucillada para a que, certamente, ten que haber saída. Quizás por iso hai moitas voces dos cidadáns que reclaman unha acción coordinada desde os sectores profesionais, académicos e os actores máis comprometidos na busca de solucións para ofrecer propostas concretas que contribúan a cambiar o rumbo. Sen dúbida, trátase dun reto actual e necesario.

Non hai moitas dúbidas sobre a importancia do xornalismo na sociedade actual e sobre o seu papel na era dixital. Certamente, advírtense nubarróns no horizonte froito desta evolución negativa e da ausencia de respostas precisas, ata con certa morte anunciada (Nobre-Correia, 2006: 14). Con todo, parece que o xornalismo terá futuro se segue demostrando a súa utilidade para que os cidadáns reciban boa información. E por iso que na era dixital, marcada polo paradigma de Internet e o que medra ao seu arredor, precisamos xornalistas ben formados, investigacións para repensar as técnicas e preceptivas do xornalismo, investigacións aplicadas sobre alternativas ao modelo dominante e propostas para implicar a sociedade na renovación dos procesos e técnicas de comunicación. Todos estes obxectivos entran dentro dos nosos cometidos como académicos comprometidos cos retos e desafíos da ciencia no momento que nos toca vivir.

A situación actual, caracterizada por un proceso que debe contribuir a repensar os estudos de Comunicación para proceder á súa incorporación ao Espacio Europeo de Educación Superior, parece un bo momento para responder a algúns dos retos que temos pendentes. A experiencia dos centros de formación de comunicadores xunto co froito das reflexións dos académicos nestes anos aportan ideas para saír da rutina e facer apostas propias de atender as necesidades do terceiro milenio. O papel central da Comunicación nas sociedades actuais non pode quedarse só nunha declaración formal ou nunha campaña de imaxe. Hai unha redefinición de cometidos profesionais, de novos perfís e de novas tendencias diante das que non podemos permanecer indiferentes nin tampouco deixarnos levar polo desconcerto. Precisamos artellar propostas intelixentes para actuar nesta sociedade especialmente enredada e complexa.

1. Unha sociedade especialmente complexa

O escenario no que temos que analizar o xornalismo actual é o dunha sociedade especialmente complexa, na que non só os medios de comunicación tradicionais difunden información, senón que todas as institucións apostan pola comunicación e convértense, dalgunha forma, en <medios>. A nova ecoloxía da comunicación da era dixital formula novos lugares para os medios tradicionais e mesmo para os coñecidos como novos medios –aqueles nacidos arredor de Internet-. Os cambios apuntan cara a unha resituación do conxunto dos media nesta nova ecoloxía. Na etapa actual xa non se pode facer unha distinción tran radical entre institucións sociais, institucións culturais, administración pública e medios de comunicación (Moragas, 2003: 163-165).

As transformacións tecnolóxicas deixan pegada. Hoxe todos os niveis da comunicación, sexa mediática ou non, vense condicionados polas tecnoloxías actuais, polos novos procesos e por uns cidadáns que interiorizaron o uso dun conxunto de artefactos para acceder á información e para difundila. A rede Internet[3] situouse como un novo referente que anima a todos os actores sociais a converterse en <media> e a deseñar estratexias de comunicación para conseguir a eficiencia neste campo. E fano, en boa medida, porque a evolución dos seus negocios tamén depende dunha acertada actuación neste campo.

O feito de que Internet sexa un medio de comunicación que permite, por primeira vez, a comunicación de moitos a moitos en tempo escollido e a unha escala global (Castells, 2001:16) supón un cambio no modelo que amplía o panorama coñecido ata agora e abre novas vías de actuación. Internet é o futuro no ámbito da comunicación, aínda que o futuro non está só en Internet. A rede de redes, que naceu nos anos noventa, acolleu aos medios, que deron axiña o salto ao ciberespacio, e propiciou o inicio dunha etapa de busca de novos modos de estructurar os discursos comunicativos en xeral e o discurso xornalístico en particular.

Unha revisión da evolución dos programas da industria dos diarios nos últimos vintecinco anos móstranos os esforzos que realizaron as principais compañías para innovar primeiro con productos

[3] A Galaxia Internet, en expresión de Manuel Castells, marca un punto de inflexión no panorama comunicativo actual. As reflexións de Castells sobre Internet, empresa e sociedade (Plaza&Janes, 2001) explican o comezo deses cambios que actualmente afectan ao hipersector.

electrónicos en pantalla e logo na web[4]. Os efectos da crise do modelo de negocio, especialmente polos incrementos dos custos das materias primas –nomeadamente o papel- e polo estancamento do número de lectores/compradores, propiciou numerosos proxectos para ensaiar estratexias de diversificación. Estes procesos que buscaban a innovación tecnolóxica desenvolvéronse, como acontece case sempre, a través de mutacións interrelacionadas de elementos da tecnoloxía, da comunicación e da organización (Boczkowski, 2006:29).

A medida que avanza o terceiro milenio comprobamos como a revolución da tecnoloxía da información penetra en todo o ámbito da actividade humán, aínda que non determina a sociedade nos seus distintos ámbitos, pero si incide nos distintos procesos. O que si pode facer a sociedade é embarcarse nun proceso de modernización capaz de cambiar o destino das economías e o benestar social (Castells, 2000:37). E, na fase actual de reestructuración do capitalismo, este é o camiño elixido polos países máis desenvoltos para afrontar os seus desafíos e acadar maior cotas de desenvolvemento. A súa aposta dificilmente terá volta atrás.

A evolución nestes últimos anos da sociedade industrial desembocou nunha fase na que a información se converteu nunha cuestión central ou nuclear. A construcción dese novo modelo de sociedade, nesta fase de tránsito, non supón a desaparición dos alicerces da era moderna senón a súa convivencia nun novo contexto onde, en palabras de Manuel Castells, a base é o informacionalismo, que significa que as actividades decisivas de todos os ámbitos da praxe humán baséanse na tecnoloxía da información. Trátase dun modelo organizado en redes de información que ten en Internet o principal medio e referente.

2. Mudanzas no perfil profesional

Na construcción desa nova sociedade, nas fases ata agora cubertas, xa se advirten importantes cambios, especialmente coa aparición do novo ecosistema comunicacional e os novos medios. Esas

[4] Hai varias investigacións que analizaron as alternativas dos medios impresos ás publicacións impresas nos anos oitenta e noventa do século XX. Un dos traballos que ofrece unha visión máis panorámica das iniciativas dos diarios norteamericanos é o realizado en Cornell University polo profesor Pablo J. Boczkowski. Algunhas visións desas experiencias aparecen recollidas no capítulo 2 do seu libro <Digitalizar las noticias>.

transformacións afectan a todos os ámbitos e sectores, incluida a formación dos propios profesionais que traballan no hipersector. De feito, produciuse a demanda de novos perfís profesionais tanto para os medios tradicionais como para os cibermedios, é dicir, para os que naceron só pensados para a rede de redes. A evolución dos cibermedios nestes anos foi definindo perfís que agora debemos ter en conta nos programas de formación.

Sabemos ben que os productos existentes en Internet, os cibermedios, caracterízanse por ser multimedia (composto por tipos diferentes de información, imaxe, son e texto), hipermedia (estar disposto de tal maneira que a recuperación da información sexa un camiño que o usuario decide) e interactivos (o usuario pode preguntar e obter unha resposta as súas demandas). Nestes medios, entre outras posibilidades, a estructura da información xa non ten que seguir os cánones da secuencialidade, senón que a hipertextualidade e a multimedialidade camiñan por un vieiro que se bifurca, a narración non secuencial. E ao ciberxornalista que traballa nestes medios demandámoslles, entre outras cousas, que definan construccións de mensaxes acordes coas características dos novos soportes.

Ademais, hai outro aspecto relevante: no escenario dixital, a posibilidade dun usuario que a vez sexa emisor confírelle ao ciberxornalismo unha dimensión descoñecida como tal nas prácticas anteriores. A existencia dunha infraestructura que fai posible un usuario activo sitúa ao proceso comunicativo mediado tecnoloxicamente nunha nova faceta en tanto que a narración hipertextual supón unha completa redefinición dos elementos da cadea comunicativa. A tecnoloxía dixital emula un diálogo no que os usuarios interveñen constantemente, pero non só a hora da selección dos recorridos, senón actuando nos propios límites do texto. E, nese punto, o xornalista verificador e editor, cumpre vellos e novos cometidos.

Non cabe dúbida, pois, que apareceron novas formas de entender o discurso da comunicación. O ordenador e Internet configúranse actualmente como os instrumentos básicos que os usuarios poden utilizar para a difusión da información e para a intervención nos contidos. Agora non só buscan datos, senón que tamén os poden ofrecer; non só os reciben, senón que tamén os poden difundir. A

participación e a colaboración, xunto coa reacción do suxeito emisor, son as accións asiais da comunicación interactiva e horizontal a pesar da mediatización e a preconfiguración de aplicacións tecnolóxicas. En definitiva, neste universo telemático o usuario ten un gran poder de decisión e intervención, polo menos no escenario das posibilidades, á marxe de que logo na actividade diaria as aproveite ou non.

3. Formar para os novos tempos

Os cambios no perfil teñen unha primeira consecuencia para os que analizamos e estudiamos o xornalismo desde a Universidade: hai novos perfiles e polo tanto convén axeitar a formación a esa nova realidade. Aínda que non cabe dúbida que a formación avanzou notablemente no século XX, cunha importante contribución ao recoñecemento do papel do xornalista como mediador social e como intérprete, os desafíos do terceiro milenio esixen respostas novas a partir da experiencia destes anos e dunha análise completa do actual escenario mediático. Só así responderemos a ese reto de garantizar a calidade nos tempos actuais.

A incorporación á universidade dos estudos de comunicación en xeral e de xornalismo en particular supuxo un punto de inflexión na traxectoria formativa dos comunicadores e o comezo dun camiño sen retorno. De feito, na maioría dos países do noso entorno, unha porcentaxe moi alta dos profesionais que traballan nas redaccións de medios pasaron pola Universidade e polos estudos específicos do noso ámbito. Esta tendencia favorable manterase se no momento actual, ao levar adiante nos nosos países a adaptación dos programas as directrices do espacio europeo de ensino superior, somos capaces de deseñar propostas que respondan as necesidades dos comunicadores e aos perfiles que se foron definindo na industria da comunicación.

No momento actual, o escenario dixital, o arquetipo tecnolóxico do século XXI, impón, como dixemos, a renovación de estratexias, de ferramentas, de formas de comunicación e de programas de formación de comunicadores. Moi poucos dubidan que o efecto da impregnación tecnolóxica, pautada por ciclos abertos de escasa duración, descompuxo a estaticidade do escenario académico,

acrisolado, asentado e proponse ao permanente. A pouca tradición dunha cultura tecnolóxica, o ambiguo <saber das letras> do *ancien réxime* e a comodidade esterilizante dalgúns pais do saber universal retardaron respostas e enquistaron obsolescencias propias e alleas nos plans específicos de comunicación (Díaz Nosty, 1998:19) en distintos países. Con todo, ao final parece que se impón a realidade do entorno, a matriz tecnoloxica dixital, que entra nas propostas actuais de formación.
Para esta etapa, o renovado modelo de formación que precisamos deberá buscar que as persoas, cando obteñan o título de grado en xornalismo, dispoñan dun conxunto de <saberes> e <destrezas> que os capaciten como un profesional cultural, humanisticamente e tecnicamente preparado para cumprir coa súa función de ínterprete da realidade social, de arquitecto da información e xestor-divulgador de coñecemento. Ese profesional desenvolverá as facultades adquiridas cando traballe nalgunha das fases de deseño e producción de contidos como redactor nun medio ou nun gabinete, como xestor de contidos ou como investigador e analista dos procesos de comunicación, entre outros.

4. Os cambios que se anuncian

Algúns destes aspectos básicos na formación do xornalista non mudarán a curto e medio prazo, pero outros si porque estamos nun proceso de cambio que previsibilemente aínda nos traerá importantes novidades. O profesional que intervén no entorno da rede e dixital aínda experimentará cambios nas rutinas profesionais. De feito, é un proceso que xa comezou porque hoxe o profesional que se move neste entorno xa ten que estructurar os relatos da actualidade con cobertura documental e contextualizada. E todo parece indicar que o traballo do xornalista caracterizarase no futuro inmediato por unha xestión do coñecemento basada nunha documentación extensa, na incorporación de novas modalidades comunicativas –con diferentes linguaxes, entre as que poderá elixir-, e pola aplicación das capacidades multimedia e interactiva de Internet.
Nesta etapa que estamos entrando, a arquitectura da información esixe do xornalista un dominio das peculiaridades intrínsecas do hipertexto, como explicamos, na medida en que ofrece novas

posibilidades e distintas vías para a profundidade e a diversidade de puntos de vista. Por iso no escenario que se debuxa no horizonte o deseño das mensaxes e a visión xeral dos productos informativos deben ter en conta as características que está introducindo a rede. Todo parece indicar que baixo a hibridación de linguaxes confluirán textos, imaxes fixas, sons e vídeos, así como outras formas novas –técnicas de imaxe virtual, por exemplo-.

Os centros de formación teñen que estar atentos a estes cambios e as súas consecuencias para facer unha introducción axeitada nos planos de formación. Debe ser así porque unha universidade emprendedora ten non só que estudar e reflexionar arredor dos cambios que se van producindo, senón tamén transferir os seus resultados á sociedade e deseñar estratexias que respondan aos novos retos nos distintos ámbitos –neste caso, na comunicación-. A aplicación destes resultados debe afectar tanto aos programas regrados da licenciatura como ás propostas de formación continua que deben aplicar para atender as necesidades da sociedade actual.

En definitiva, nos plans de formación deben contemplarse especialmente esas cuestións que cambian, que están tanto nas tecnoloxías como nos outros pasos dos procesos de comunicación. E debe ser así porque os profesionais deben coñecer as tecnoloxías de cada momento e dominalas para sacarlles o máximo rendimento, así como a súa incidencia nas técnicas de producción. E eso é posible se desde as Universidades se busca unha boa planficación da teoría e da práctica, porque a función da teoría non se debe limitar só a reflexionar sobre a problemática da significación destinada a producir un coñecemento capaz de xenerar unha competencia de lectura, senón que tamén deberá cumprir unha función de xenerar unha competencia operativa destinada á producción de mensaxes no campo da comunicación coas ferramentas actuais e seguindo as características do actual escenario comunicativo.

5. Da investigación comprometida

A investigación no campo da Comunicación avanzou moitos nos últimos anos, especialmente desde a segunda metade do século XX. Traballouse con acerto desde diversas disciplinas e consolidouse o

propio campo científico da comunicación. E traballouse nun marco xeral que caracteriza a historia do coñecemento humán: a búsca da verdade (Ciencia e Humanidades) ou eficiencia (tecnoloxía). Como se sabe, esta busca está marcada por sucesos de dous tipos: a separación dunha nova disciplina (ou especialización ou diverxencia) e a fusión ou integración (ou converxencia). A especialización é esixida pola diversidade dos mundo e a crecente riqueza das nosas ferramentas mentais, en tanto que a integración é requeirda pola contraposición entre fragmentación do coñecemento e a unidade do mundo (Bunge, 2004:335).

Certamente, hoxe temos que pensar a comunicación como un todo indivisible no que as súas partes son interdependentes. Unha desas partes importantes é o xornalismo, que debe repensarse adoptando un enfoque sistémico e o método científico. Non hai dúbida que debe repensarse polos cambios que viviu no final do século XX e nos comezos do terceiro milenio e polos numerosos desafíos que ten no momento actual. Por iso, hai moito espacio para a actuación da investigación máis comprometida no campo do xornalismo a fin de facer achegas que abran novos camiños para a calidade e o servicio a sociedade.

Non cabe dúbida que estamos nun momento no que hai especial interese social na investigación en comunicación. A incidencia dos medios e os condicionantes que crean na vida diaria motivan esta demanda. Existe o convencemento de que a comunicación encóntrase na base de catro políticas fundamentais das nosas sociedades: a política de comunicación, a política cultural, a política educativa e a política de benestar social (Moragas, 2005: 31). Trátase de políticas que requiren novos deseños, para o que se precisa de bos aportes da investigación académica, así como novos productos e formatos, para o que se precisa de investigación académica aplicada.

Outro campo de gran interese no momento actual é o da formación de cidadáns críticos e coñecedores do funcionamento dos medios de comunicación. Os medios, que deben realizar unha interpretación da actualidade e un seguimento crítico da actividade pública e privada, tamén poden ser obxecto de crítica pola cidadanía e, sobre todo, dun seguimento participativo que asegure a presencia das distintas sensibilidades cidadáns. Nas sociedades democráticas e participativas, esta

presencia dos cidadáns nos medios hai que garantizala e para iso hai que facer un seguimento do seu funcionamento actual e de alternativas para melloralo no futuro.

Se queremos avanzar na construcción dunha sociedade da información democrática e participativa, o papel dos usuarios da comunicación con capacidade crítica convértese en central. Desde os centros de formación de comunicadores temos a ocasión de sensibilizar aos profesionais e as súas organizacións para que presten especial atención a esta cuestión. Pero iso non é suficiente. Tamén hai que sensibilizar aos parlamentos e aos gobernos sobre a necesidade de actuar nesta dirección porque trátase dunha cuestións trascendente para os cidadáns. E hai que facelo con todos os medios de que se dispoña, ainda que, sobre todo, a partir de datos resultantes das principais investigacións sobre o campo da Comunicación realizadas nos últimos anos.

Non podemos esquecer como se multiplicou a investigación sobre a comunicación no ámbito europeo nas últimas décadas. Trátase dunha boa noticia, á marxe das consideracións que poden merecernos alguns deses traballos. Mais resulta evidente que agora dispoñemos dun conxunto de traballos como nunca antes tivéramos e, polo tanto, dunha base de partida moi importante para tentar que se poñan en marcha novos modelos de políticas de comunicación, máis comprometidas cos cidadáns, coa información de interese e útil, e coas melloras da calidade de vida.

6. A modo de conclusión

O xonalismo moderno, desde o seu nacemento, a mediados do século XIX, experimentou importantes cambios. A propia aparición cada certo tempo de novos medios –na primeira metade do século XX a radio e a televisión, e logo, no final dese mesmo século, Internet- supuxo un revulsivo na cobertura da actualidade e no seu tratamento. As transformacións vividas no hipersector afectaron ao conxunto da sociedade. De feito, neste escenario actual, nacido da man das tecnoloxías e da converxencia, os medios e os propios xornalistas <perderon o monopolio de informar> ou, cando menos, viron redefinidos os seus cometidos pola actuación dos outros actores sociais e da propia cidadanía.

Estes importantes cambios apuntan que hai que repensar o xornalismo neste novo contexto, con moitos actores convertidos en <medios> e moitos cidadáns convertidos en <xornalistas>. Desde os ámbitos académicos e profesionais houbo moitas voces que nos últimos anos demandaron respostas a estes desafíos. A complexidade do novo panorama e os efectos dun certo desconcerto provocado pola chegada de Internet demorou algunhas respostas para actuar e tentar anticiparnos ao futuro. E por iso que hoxe desde a Universidade temos moitos motivos para reforzar os nosos programas de traballo para estudiar o xornalismo, repensalo e dispoñer de materiais útiles para os cidadáns que estuden xornalismo e queiran formarse para traballar de xornalistas.

Eses profesionais que traballarán no entorno dixital aplicarán rutinas profesionais novas que estarán condicionadas por ese entorno. Na actualidade, os profesionais do xornalista xa teñen que estructurar os relatos da actualidade con cobertura documental e contextualizada. Trátase dunha tendencia que seguirá e que, na nova fase, contempla a incorporación de novas modalidades comunicativas –con diferentes linguaxes-, e a aplicación con maior profundidade das capacidades multimedia e interactiva de Internet.

As novas posibilidades dos usuarios de participar –é dicir, que sexan tamén emisores- confírelle ao xornalismo e ao ciberxornalismo unha dimensión descoñecida como tal nas prácticas dominantes ate hai ben pouco tempo. Na actualidade, a existencia dunha infraestructura que fai posible un usuario activo sitúa ao proceso comunicativo mediado tecnoloxicamente nunha nova faceta en tanto que a narración hipertextual supón unha completa redefinición dos elementos da cadea comunicativa. Hai, pois, un panorama novo e cambiante.

En definitiva, imponse repensar o xornalismo porque cada día que pasa faise máis necesario o papel dos informadores profesionais que verifiquen a información e que interpreten o que acontece con criterios profesionais –distanciados dos intereses das fontes- e cunha preceptiva actual. O xornalista neste escenario dixital non só non desaparece senón que, se queremos unha sociedade democrática e participativa, cobra un papel máis importante. O ruido informativo existente só pode combatirse con

mensaxes de calidade e cun compromiso activo coa sociedade, papel que no seu momento se lle encomendou aos xornalistas e que na actualidade non hai motivos para retirarllo.

Entón, ¿porqué estudar o xornalismo? Sen dúbida, porque a sociedade necesitao, porque é precisa unha interpretación crítica dos medios de comunicación e do funcionamento dos actores no ámbito da comunicación. Esta función corresponde a investigación en comunicación e, en boa medida, aos que investigan no campo do xornalismo. Os cidadáns teñen dereito a coñecer como funcionan os medios, que están detrás deles, que intereses defenden, que posición política manteñen... E iso só pode responderse cunha investigación académica comprometida desde a Universidade.

Bibliografía

BOCZKOWSKI, P.J. (2006). *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online.* Buenos Aires: Ediciones Manantial.

BUNGE, M. (2004). *Emergencia y convergencia. Novedad cualitativa y unidad del conocimiento.* Barcelona: Gedisa editorial.

CASTELLS, M. (2000). *La era de la información. Vol 1. La sociedade red (Segunda edición).* Madrid: Alianza Editorial.

CASTELLS, M. (2001). *La Galaxia Internet.* Barcelona:Plaza&Janes Editores.

DÍAZ NOSTY, B. (1998). *La mejora dela práctica docente en Comunicación Periodística. Desarrollo de un modelo para la aplicación acumulativa y secuencia de los créditos prácticos en la licenciatura de Periodismo de la Universidad de Málga.* Málaga: Unidad Docente de Periodismo de la Universidad de Málaga.

MORAGAS, M. DE (2003). Do global ó local como referente mediático. A aposta polos gratuítos, en VV.AA., *Medios locales e prensa gratuíta.* Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.

MORAGAS, M. DE (2005). Investigación de la comunicación y política científica en España, en LÓPEZ, X./PEREIRA, X./VILLANUEVA, X., *Investigar sobre periodismo II*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago.

NOBRE-CORREIA, J.M. (2006). La crisis del periodismo. Cierta muerte anunciada. *Revista Telos,* nº 66, pp. 1-8. Dispoñible en http://www.campusred.net/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=1&rev=66. Consultado o día 4 de outubro de 2006.

Quem São os Jornalistas Licenciados em Jornalismo / Ciências da Comunicação?

Caracterização dos Profissionais dos Órgãos de Informação do Grande Porto

Jorge Marinho e Salomé Pinto da Silva (Centro de Estudos das Tecnologias, Artes e Ciências da Comunicação da Universidade do Porto)

(jmarinho@letras.up.pt ; shalomite@gmail.com)

Sumário

Partindo de um inquérito que realizámos aos jornalistas licenciados em Jornalismo / Ciências da Comunicação dos mass media do Grande Porto, em 2006, traçamos algumas características sociais, académicas e profissionais:

1 – distribuição etária e sexual;

2 – formação académica / profissional.

Abstract

In 2006, we conducted a survey of journalists graduated (BA) in Journalism / Mass Communication Sciences of the Oporto mass media. This research presents some conclusions about the following items:

1 – age and sexual distribution;

2 – academic / professional background.

Introdução

"Porquê Estudar o Jornalismo?" Esta é a questão central das II Jornadas Internacionais de Jornalismo da Universidade Fernando Pessoa. Estudar o Jornalismo passa também por pesquisar os jornalistas. Consideramos que investigar pode ser um factor de progresso.

No ano 2005, iniciamos o projecto de investigação *Integração Profissional dos Licenciados em Jornalismo e Ciências da Comunicação – a Situação do Porto*. Trata-se de uma pesquisa financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) e pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER).

Neste âmbito, entre 25 de Maio e 19 de Agosto de 2006, realizamos um inquérito aos jornalistas licenciados em Jornalismo, Ciências da Comunicação (CC) ou Comunicação Social (CS) dos órgãos de informação com sede e / ou delegação no Grande Porto. Esta área, geograficamente, corresponde a Gondomar, Valongo, Maia, Matosinhos, Porto e Vila Nova de Gaia[1].

Entre os objectivos do trabalho, destacamos a caracterização social, académica e profissional destes jornalistas.

	Local / Regional	**Nacional**
Jornais		
	Matosinhos Hoje	Jornal de Notícias
	Jornal de Gaia	O Jogo
	O Gaiense	Jornal de Negócios
	A Voz de Ermesinde	Público
	Primeira Mão	Diário Económico
	Voz Portucalense	Visão
	O Comércio de Gaia	Expresso
	O Futuro	24 horas
	Jornal de Grijó	Focus
	Jornal dos Carvalhos	A Bola
	Voz de Alfena	Record

[1] Definição da área territorial do Grande Porto, de acordo com a Marktest.

Jornais Gratuitos		Metro Destak
Rádio	Rádio Nova Era Rádio Festival Rádio Clube de Matosinhos Rádio Nova	Rádio Renascença RDP Cidade FM TSF/Press Rádio Comercial Rádio Clube Português Mega FM Best Rock
Televisão		RTP SIC TVI
Jornais Online		Portugal Diário
Agência de Notícias		LUSA

Metodologicamente, seleccionamos os meios de comunicação social com Redacção no Grande Porto, de acordo com os dados mais recentes, à data desta investigação, fornecidos pelo Instituto da Comunicação Social[2] e pela Marktest[3].

Estabelecemos as seguintes categorias / tipos de mass media:

- jornais / revistas nacionais
- jornais locais / regionais
- imprensa escrita gratuita
- estações de rádio nacionais
- estações de rádio locais / regionais
- televisão
- jornais exclusivamente online.

Para cada um destes tipos de órgão de informação, escolhemos os 10 meios de comunicação social com maior audiência, segundo os resultados da Marktest. Esta é a única empresa que, em Portugal, pesquisa quantitativamente as audiências.

Há casos em que o número total de mass media, em cada categoria pesquisada, é inferior a 10, segundo a Marktest. Nestas situações, tomamos a decisão de incluir todos.

Sempre que se verifique um empate no 10.º lugar da classificação das audiências, optamos por abarcar os órgãos de informação em *exequo*.

No que toca à imprensa exclusivamente digital, constatamos que a Marktest só pesquisa as versões electrónicas da imprensa escrita tradicional, e o Instituto da Comunicação Social não distingue os títulos online dos demais mass media. Por este motivo, seguimos a lista que se encontra no trabalho do Professor João Canavilhas, publicado em 2005: "Os jornalistas online em Portugal" (CANAVILHAS, 2005).

---

[2] http://www.ics.pt/index.php?op=pesquisa&tipo=11&area=81(consulta em 17 de Março de 2006).

[3] *Bareme-Imprensa Nacional, de Janeiro de 2005 a Junho de 2005* (jornais nacionais); *Bareme-Imprensa Regional de Setembro de 2002 a Junho de 2003* (jornais locais / regionais)*; Evolução Trimestral da Audiência Média das Publicações de Abril a Junho de 2004* (jornais gratuitos)*; Audiência acumulada de véspera para o Grande Porto de 2005* (estações de rádio nacionais e locais / regionais).

Há estações televisivas nacionais com mais do que um canal. Isto acontece com a RTP e a SIC. Nestes casos, englobamos os seus diversos canais, dado que eles partilham meios materiais, recursos humanos e informação.

Assim, abrangemos 41 órgãos de informação:

- 11 publicações nacionais[4]

- 11 jornais locais / regionais[5]

- dois jornais gratuitos[6]

- oito estações de rádio nacionais[7]

- quatro estações de rádio locais / regionais[8]

- três estações de televisão nacionais[9]

- um jornal exclusivamente digital

- uma agência de notícias[10].

Universo	valores absolutos	valores relativos
Total jornalistas	479	100 %
Total jornalistas licenciados (em qualquer área)	228	47,6 %
Total jornalistas licenciados em Jornalismo / CC / CS	170	35,49 %

Junto dos chefes de redacção destes mass media, recolhemos informação quanto a:

- número total de jornalistas: 479 (100 por cento)

- número total de jornalistas licenciados em qualquer área: 228 (47,6 por cento)

[4] Marktest: percentagens verticais do *Bareme-Imprensa Nacional, de Janeiro de 2005 a Junho de 2005*. Deste modo, quantifica-se o número de leitores de uma determinada publicação, com 15 ou mais anos de idade.
[5] Marktest: Bareme-Imprensa Regional, de Setembro de 2002 a Junho de 2003
[6] Marktest: percentagens verticais da *Evolução Trimestral da Audiência Média das Publicações, de Abril a Junho de 2004*. Contabiliza-se o número de leitores de uma determinada publicação, com 15 ou mais anos de idade
[7] Marktest: *Audiência acumulada de véspera para o Grande Porto de 2005*
[8] Marktest: *Audiência acumulada de véspera para o Grande Porto de 2005*
[9] Instituto da Comunicação Social (ICS) - http://www.ics.pt/index.php?op=cont&lang=pt&Pid=78&area=327
[10] Instituto da Comunicação Social (ICS) - http://www.ics.pt/index.php?op=cont&lang=pt&Pid=78&area=327

- número total de jornalistas licenciados especificamente em Jornalismo, Ciências da Comunicação ou Comunicação Social: 170 (35,49 por cento)

Taxa de Participação	**valores absolutos**	**valores relativos**
Total jornalistas licenciados em Jornalismo / CC / CS	170	100 %
Taxa de participação dos jornalistas licenciados em Jornalismo / CC / CS	129	75,88%

Depois de obtidos estes valores, distribuímos, nas Redacções, inquéritos a todos os jornalistas licenciados em Jornalismo, Comunicação Social ou Ciências da Comunicação (170). Destes, responderam 129 profissionais. Isto corresponde a uma taxa de participação de 75,88 por cento.
O inquérito decorreu entre 25 de Maio e 19 de Agosto de 2006. Determinou-se um prazo de 50 dias para cada órgão de informação entregar os questionários devidamente preenchidos.

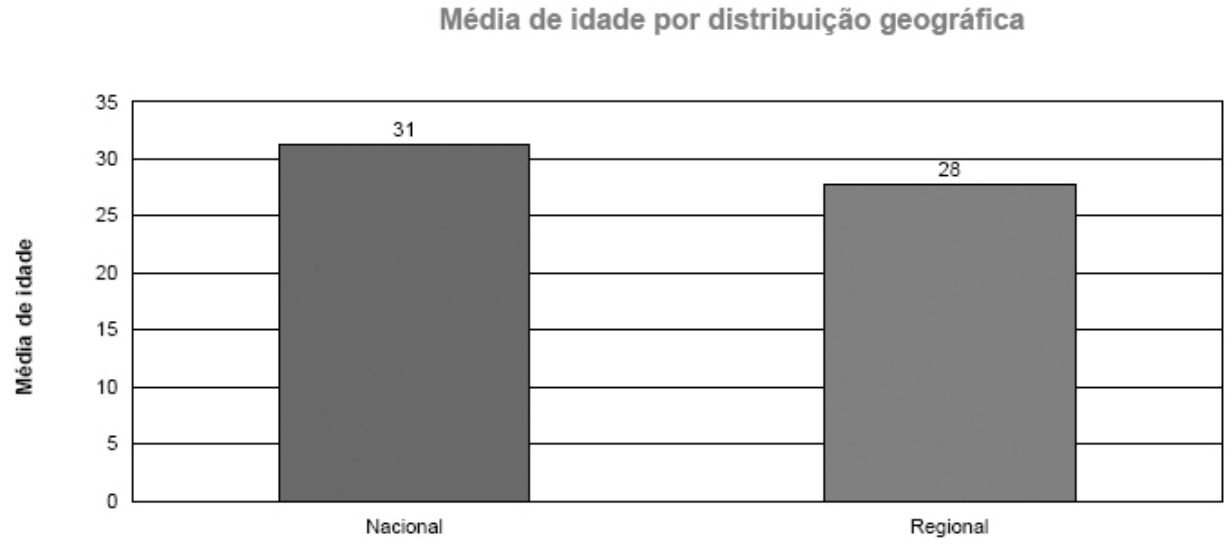
1. Caracterização

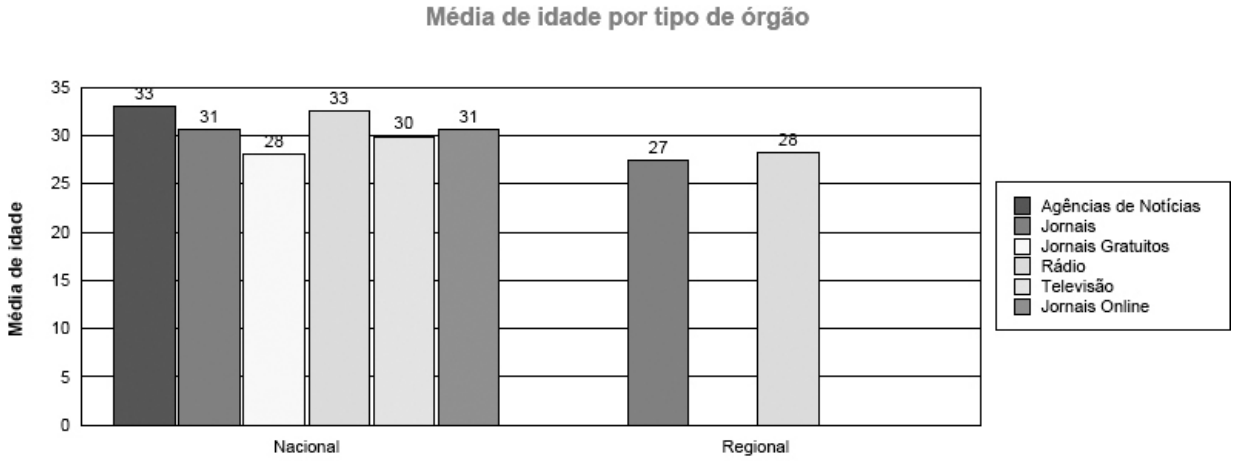
UNIVERSO JORNALISTAS	**Licenciados em Jornalismo / CC / CS**	**Taxa de participação**	**%**
Órgãos nacionais	**157**	**116**	**73,89**
Imprensa escrita	72	63	87,50
Rádio	17	17	23,61
TV	58	27	46,55
Agência de notícias	4	3	75,00
Jornais online	3	3	100,00

Jornais gratuitos	3	3	100,00
Órgãos locais / regionais	**13**	**13**	**100,00**
Imprensa escrita	9	9	100,00
Rádio	4	4	100,00
Total	**170**	129	75,88

Dos 41 mass media do Grande Porto seleccionados com base na Marktest e no Instituto da Comunicação Social (ICS), 90 por cento são de âmbito nacional. Os órgãos de informação locais / regionais correspondem a 10 por cento do total. Deste modo, foram inquiridos 157 jornalistas de órgãos nacionais, dos quais responderam 116 (73,89 por cento), e 13 profissionais de meios de comunicação locais / regionais. Todos os jornalistas dos mass media local / regional preencheram o questionário.

1.1. Faixa etária e distribuição sexual





Nacional	Média de idade	Nº de inquéritos	
	31,25	**116**	89,92%
Agências de Notícias	**33,00**	**3**	2,33%
LUSA	33,00	3	
Jornais	**31,08**	**63**	48,84%
A Bola	36,33	3	
Expresso	34,75	4	
Jornal de Negócios	27,50	2	
Jornal de Notícias	30,86	30	
O Jogo	31,00	14	
Público	30,75	4	
Record	27,25	4	
Visão	31,50	2	
Jornais Gratuitos	**28,00**	**3**	2,33%
Destak	27,50	2	
Metro	29,00	1	
Rádio	**32,59**	**17**	13,18%
Mega FM	25,00	1	
Rádio Renascença	32,43	7	
RDP	39,33	3	
TSF/Press	30,67	6	
Televisão	**31,04**	**27**	20,93%
RTP	30,78	18	
SIC	29,33	3	
TVI	33,00	6	
Jornais Online	**30,67**	**3**	2,33%
Portugal Diário	30,67	3	

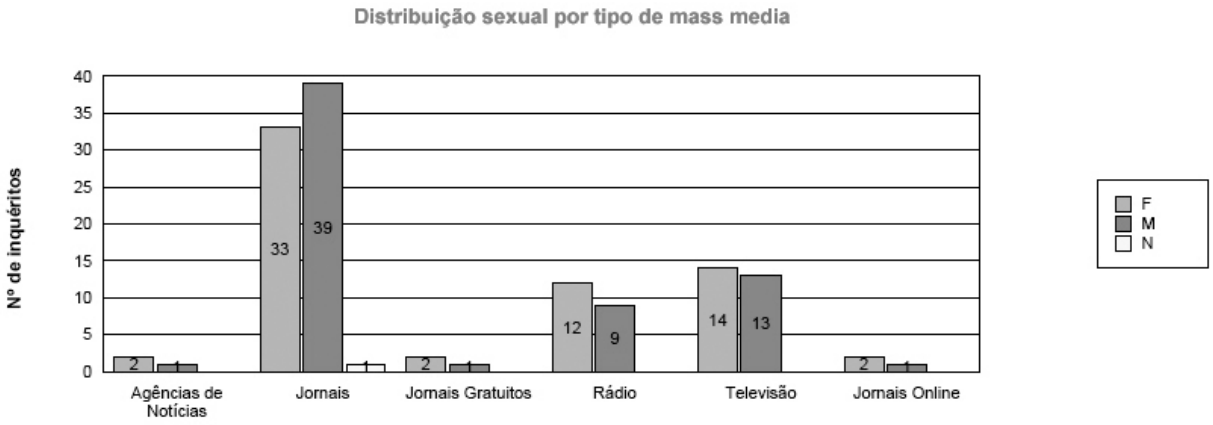
Regional	Média de idade	Nº de inquéritos	
	27,69	**13**	10,08%
Jornais	**27,44**	**9**	6,98%
Matosinhos Hoje	28,00	3	
O Comércio de Gaia	25,50	2	
O Gaiense	25,00	2	
Primeira Mão	31,00	2	
Rádio	**28,25**	**4**	3,10%
Rádio Festival	25,00	2	
Rádio Nova	31,50	2	
	30,89	**129**	

Para avaliação da média de idade foram considerados 127 inquéritos.

Em média, os jornalistas inquiridos têm cerca de 31 anos (30,89): os que exercem a profissão nos mass media nacionais têm, em média, 31 anos, e a média daqueles que trabalham nos órgãos regionais é 28 anos. Isto evidencia um conjunto relativamente jovem de jornalistas licenciados na área das Ciências da Comunicação. É preciso ter em conta que para o cálculo da média de idade não

se contabilizaram todos os 129 profissionais, mas apenas 127, dado que dois jornalistas não responderam à pergunta relativa à idade.

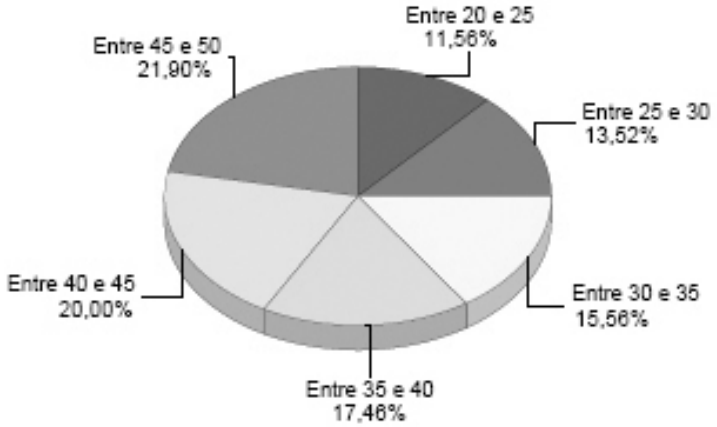
De acordo com a distribuição etária pelos diversos tipos de órgãos de informação, a média de idades mais elevada, ou seja, 33 anos, regista-se na agência de notícias "LUSA" e nas rádios de expansão nacional. Os jornalistas da imprensa gratuita e das rádios locais / regionais são os que apresentam a média de idades mais baixa (28 anos).



Relativamente à distribuição sexual, há um equilíbrio. Tendo por base as respostas dos jornalistas auscultados, 50,39 por cento são mulheres e 48,84 por cento são homens.

Em quase todos os tipos de órgãos de informação, as mulheres estão levemente em vantagem. Apenas nos jornais e nas revistas de âmbito nacional e local / regional, temos mais profissionais do sexo masculino, com 52,78 por cento, enquanto que as mulheres representam 45,83 por cento.

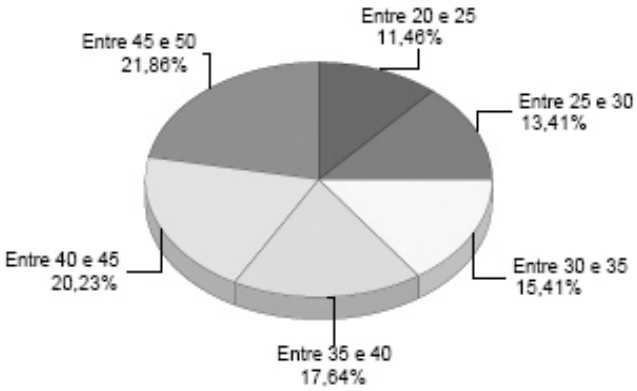
Média de idade - sexo feminino



Inquéritos: **64**

Média de idade Feminino: **30,02**

Média de idade - sexo masculino



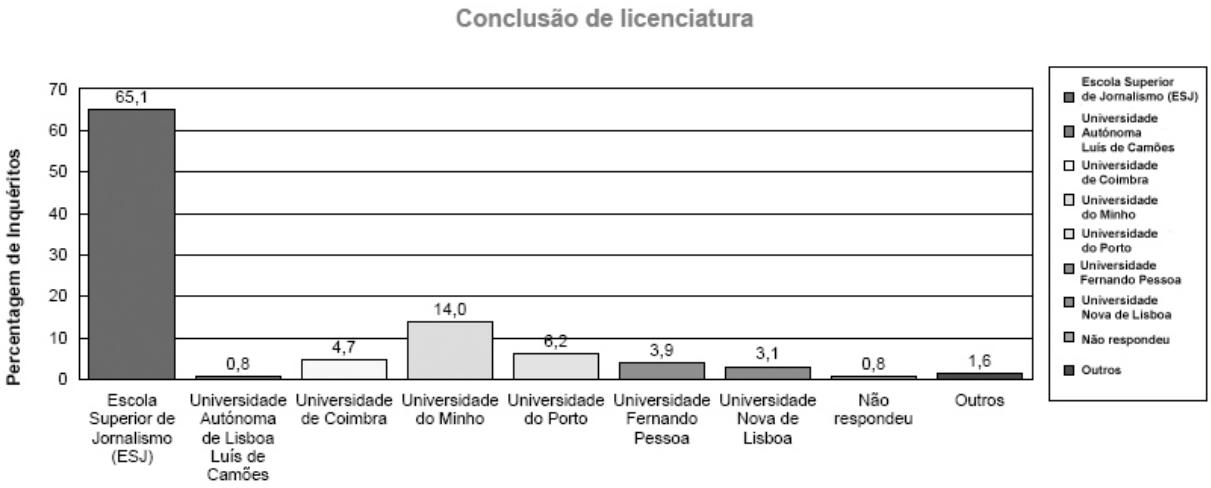
Inquéritos: **63**

Média de idade Masculino: **31,78**

Média de idade global: 30,89 anos

Embora as diferenças ao nível da faixa etária sejam muito ténues, as mulheres são, em média, mais novas, com cerca de 30 anos (30,02). Os jornalistas do sexo masculino, inquiridos neste estudo, têm, em média, 32 anos (31,78). Recordamos que para o cálculo da média de idades não foram contabilizados dois inquéritos, porque o campo idade não foi preenchido. Assim, e para este caso em concreto, o nosso universo diz respeito a 127 jornalistas, dos quais 64 são mulheres e 63 são profissionais do sexo masculino.

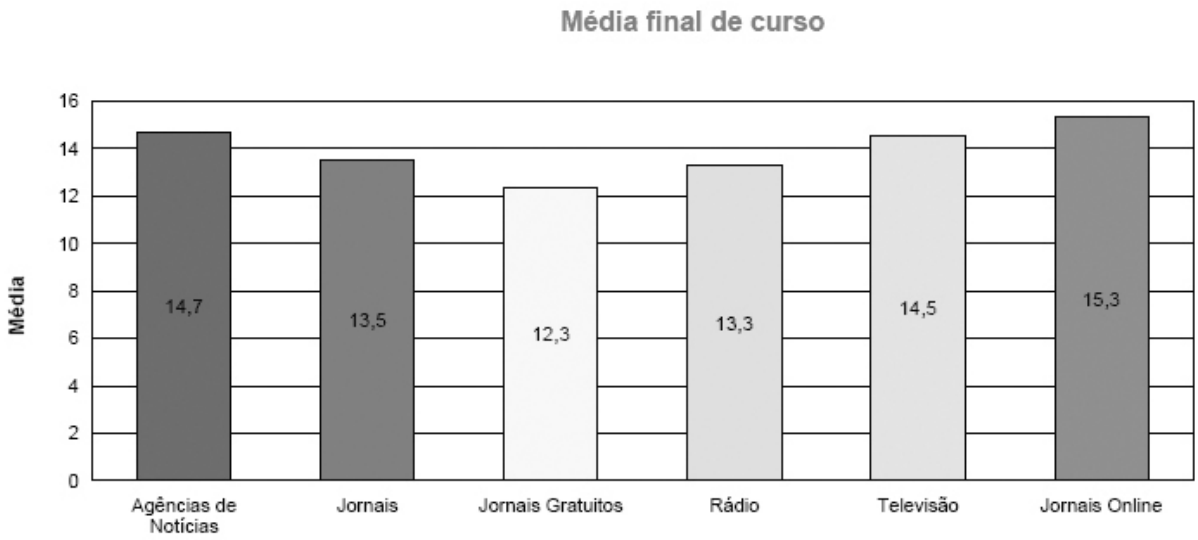
2. Formação académica



Mais de metade (65,12 por cento) dos 129 jornalistas questionados concluiu a Licenciatura em Jornalismo, Ciências da Comunicação ou Comunicação Social na Escola Superior de Jornalismo. Actualmente, este estabelecimento de ensino já não tem em funcionamento o Curso Superior de Comunicação Social: no ano lectivo 2000/2001 esta instituição deixou de receber alunos no primeiro ano e, em 2004/2005, saíram os últimos licenciados.

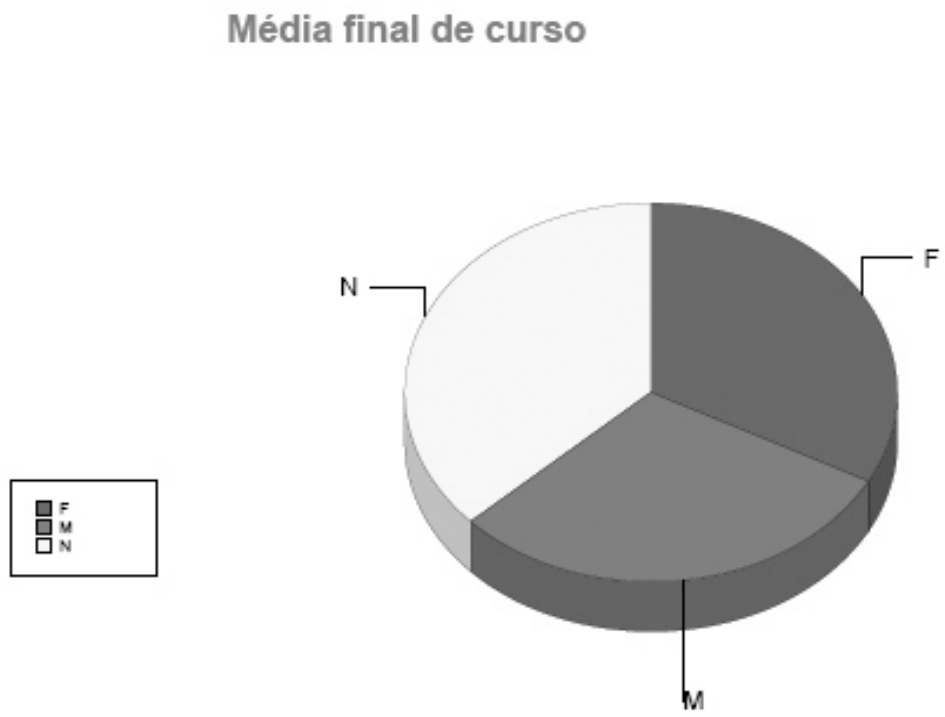
Pela Universidade do Minho, licenciaram-se 18 jornalistas (13,95 por cento) do universo estudado. Os restantes 21 diplomaram-se nas seguintes instituições de ensino superior:

- oito na Universidade do Porto (6,20 por cento)
- seis na Universidade de Coimbra (4,65 por cento)
- quatro na Universidade Nova de Lisboa (3,10 por cento)
- um pela Universidade Autónoma de Lisboa (0,78 por cento)
- dois formaram-se noutros estabelecimentos de ensino superior (1,55 por cento).



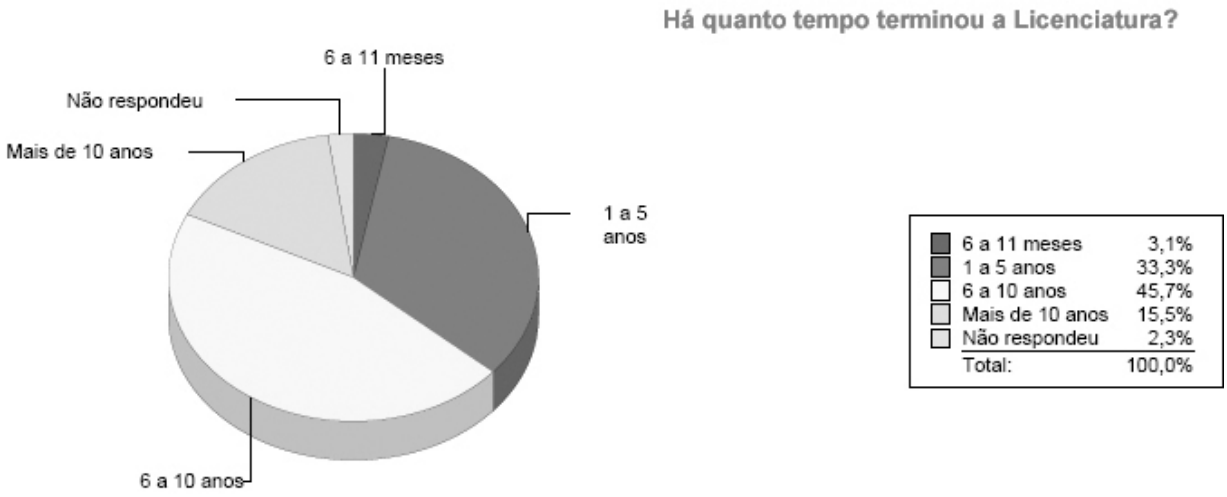
Média final de curso global: 13,72 valores

A população inquirida neste estudo tem uma média final de Curso de 13,72 valores, numa escala de zero a 20. De acordo com a distribuição dos dados por tipo de órgão de informação, os jornalistas com a melhor média (15,3 valores) estão na imprensa digital ("Portugal Diário"). Logo a seguir, posicionam-se os da agência de notícias ("LUSA"), com 14,7 e os das estações de televisão, com 14,5 valores.

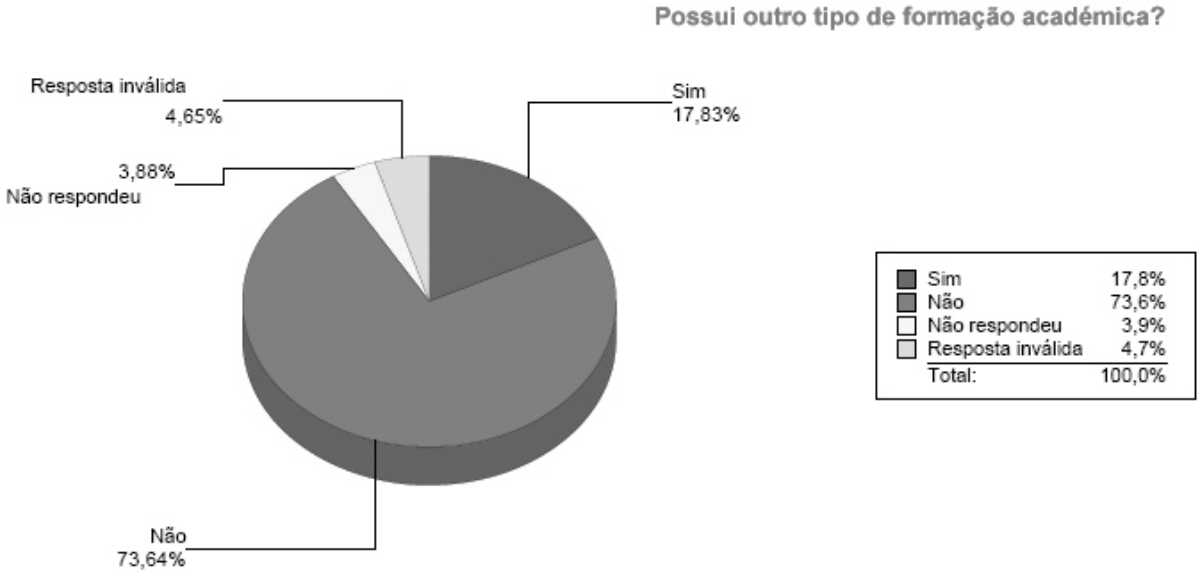


	Média de Curso	Média de Idade	Sexo
. F	14,22	**30,02**	65
. M	13,17	31,78	63
. N	16,00	0,00	1
	13,72	**30,89**	**129**

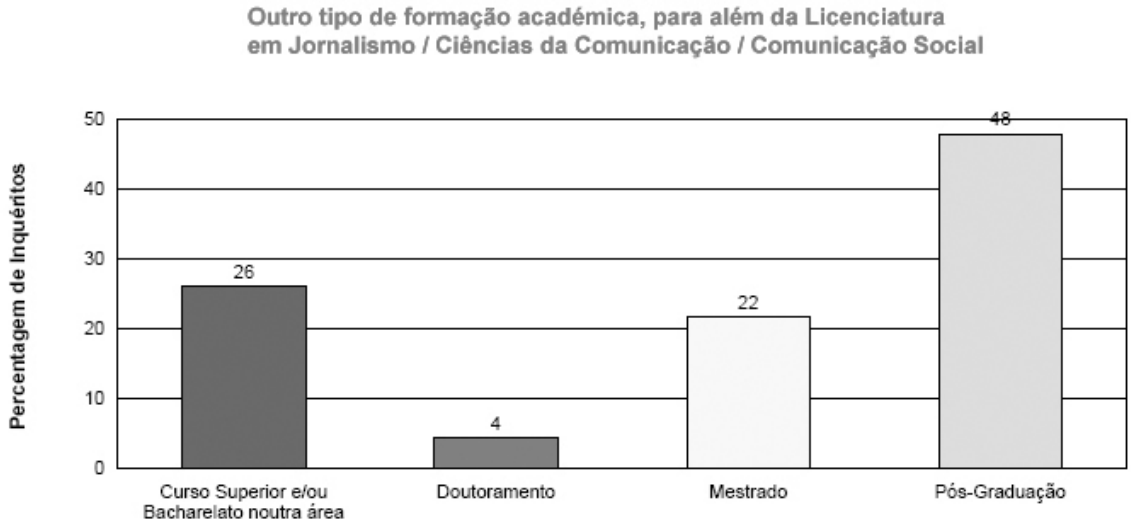
Analisando os valores por sexo, as mulheres inquiridas têm uma média final de Licenciatura superior (14,22) à dos homens (13,17). Um jornalista que não preencheu os campos idade e sexo apresenta uma média final de Curso de 16 valores.



A maior parte dos jornalistas auscultados, isto é, 45,7 por cento, concluiu a Licenciatura na área das Ciências da Comunicação há seis a 10 anos; 33,3 por cento terminou o Curso há um a cinco anos; 15,5 por cento formou-se há mais de 10 anos. A fatia dos que se licenciaram mais recentemente, entre seis a 11 meses, é muito reduzida - 3,1 por cento.



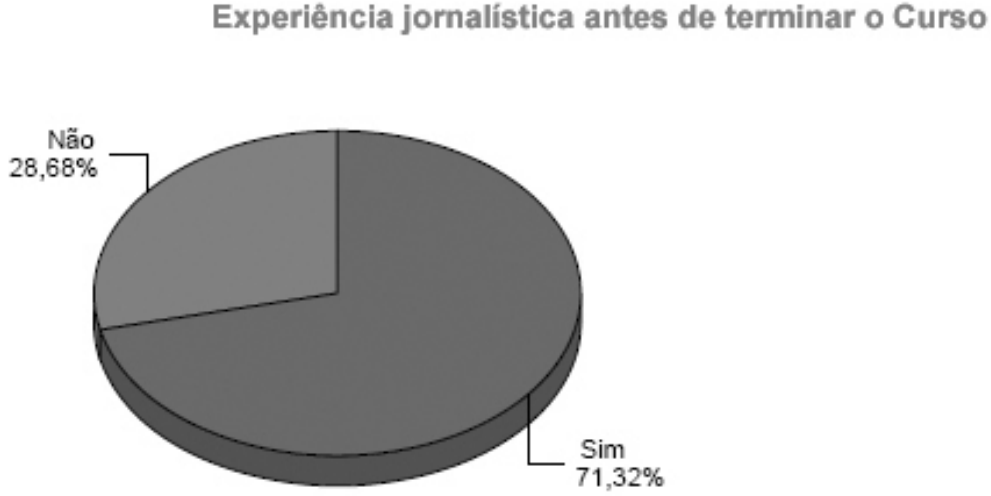
A maioria, ou seja, 73,64 por cento, não possui outro tipo de formação académica, para além do Curso Superior em Jornalismo, Ciências da Comunicação ou Comunicação Social.



Dos 23 profissionais com outro tipo de estudos superiores, que correspondem a 17,83 por cento do total, constatamos o seguinte:

- 11 têm uma Pós-Graduação (48 por cento)
- seis são licenciados e/ou bacharéis noutra área (26 por cento)
- cinco têm Mestrado (22 por cento)
- um jornalista é doutorado (quatro por cento).

3. Experiência profissional



Segundo os resultados do nosso inquérito, 71,32 por cento dos jornalistas exerceu a profissão antes de terminar o Curso Superior na área das Ciências da Comunicação.

Em todos os tipos de mass media abrangidos por esta investigação, a maioria dos inquiridos exerceu Jornalismo antes de ter o diploma. Esta realidade é notória, sobretudo na imprensa gratuita: todos os jornalistas questionados (três) já assumiam funções jornalísticas na redacção, quando ainda não estavam licenciados.

De acordo com a distribuição sexual, a maioria (57,6 por cento) dos jornalistas que exerceu a profissão antes de concluir o Curso é do sexo masculino.

Estes são alguns dos elementos que constam do inquérito aos jornalistas licenciados em Jornalismo, Ciências da Comunicação ou Comunicação Social dos mass media do Grande Porto. Com este trabalho, realizado em 2006, pretendemos contribuir para um aprofundamento do estudo do Jornalismo, nomeadamente, no que toca aos recursos humanos.

Bibliografia

CANAVILHAS, João. (2005). "Os jornalistas online em Portugal". [On-line]. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=602. Consultado em 20 de Março de 2006.

Comunicações

de tema livre

Os primeiros jornais portugueses: as *Relações* de Manuel Severim de Faria

Jorge Pedro Sousa; Gabriel Silva; Mônica Delicato; Nair Silva (Universidade Fernando Pessoa)
j.p.sousa@mail.telepac.pt

Sumário

Este trabalho consiste numa apresentação e análise contextualizadas das *Relações* de Manuel Severim de Faria, publicações noticiosas do início do segundo quartel do século XVII. Foi intenção dos autores evidenciar o contributo dessas *Relações* para a génese e desenvolvimento do jornalismo lusófono, enfatizando, em especial, as suas características noticiosas e de difusão pública de informação, consideradas pelos autores como sendo das mais pertinentes valências identificadoras do jornalismo. Concluiu-se, ainda, que a retórica das *Relações*, embora reflectisse a estrutura social e o domínio filipino, relevava a identidade nacional portuguesa, nunca diluída no seio da Monarquia Dual que uniu os povos ibéricos entre 1580 e 1640.

Introdução

No final do primeiro quartel do século XVII, numa época em que o Mundo Ocidental vivia os tempos conturbados de entrada na Idade Moderna e em que Portugal tinha perdido a sua independência, diluindo-se no Império Espanhol dos Filipes, um erudito português, chamado Manuel Severim de Faria, usando o pseudónimo Francisco de Abreu, mandou imprimir duas *Relações* multitemáticas de notícias, extraídas de uma série de 31 relações manuscritas intituladas *História Portuguesa e de Outras Províncias do Ocidente, Desde o Ano de 1610 Até o de 1640 da Feliz Aclamação d'El Rei D. João o IV Escrita em Trinta e Uma Relações*. A primeira foi impressa em Lisboa, em 1626, e reimpressa em Braga, em 1627. A segunda foi impressa em Évora, em 1628. Numa altura em que, beneficiando da invenção tipográfica de Gutemberg, o jornalismo impresso dava os primeiros passos, ainda num contexto pré-industrial, essas *Relações*, uma espécie de

anuários, podem ser consideradas os primeiros *jornais* portugueses noticiosos e multitemáticos impressos, ou pelo menos são os mais antigos entre aqueles de que se conservam exemplares e registos documentais. Todavia, as *Relações* de Manuel Severim de Faria não podem ser consideradas como os primeiros *jornais* ***periódicos*** *portugueses*, pois a sua publicação foi ocasional, opinião partilhada, entre outros, por Tengarrinha (1929: 29).

Há que dizer que o jornalismo pré-industrial, em Portugal e noutros países, não vivia apenas de compilações pluritemáticas de notícias, ocasionais ou periódicas. Estava-se numa época em que também proliferavam publicações que relatavam um único acontecimento, que podemos considerar como antepassadas dos livros-reportagem. Esses relatos, de maior ou menor extensão, foram, frequentemente, apelidados de *relações*, em Portugal, e muito terão contribuído para a edificação da reportagem como género jornalístico.

De facto, quando Manuel Severim de Faria deu à estampa as suas *Relações*, há pelo menos 70 anos que em Portugal se consumiam essas pré-reportagens, sendo conhecidas, em particular, as chamadas "relações de naufrágios", que relatam casos de naufrágios de naus portuguesas desde meados do século XVI[11] e que foram coligidas por Bernardo Gomes de Brito, na sua *História Trágico-Marítima*, publicada, pela primeira vez, em 1735. As relações monotemáticas não eram periódicas, mas os seus propósitos (lucro através da venda de informação), o tipo de discurso (informativo, mesmo que dramatizado, configurando-se como "reportagem") e a distribuição (dentro do contexto da época, "massiva", sendo mesmo, muitas vezes, lidas em voz alta em lugares

[11] Lanciani (1979: 4-5) afirma que ainda hoje não se sabe com exactidão qual das relações de naufrágios que se conservam foi a primeira a surgir em Portugal. Lanciani (1979) defende a primazia da *Relação da Muito Notável Perda do Galeão Grande São João em que se Recontam os Casos Desvairados que Aconteceram ao Capitão Manuel de Sousa de Sepúlveda, e o Lamentável Fim que Ele e Sua Mulher e Filhos e Toda a Mais Gente Houveram, o Qual Se Perdeu no Ano de 1552, a 24 de Junho, na Terra do Natal*, eventualmente impressa em Lisboa, entre 1555 e 1556. Há que realçar, no entanto, que Carlos Passos (1928) refere folhas ocasionais portuguesas de 1527, talvez mesmo anteriores, sobre o naufrágio de várias naus (São Pedro, São Sebastião, Santo António e Conceição). Tengarrinha (1989: 29), contra a opinião de Lanciani, afirma que a primeira folha ocasional portuguesa foi a *Relação do Lastimoso Naufrágio da Nau Conceição Chamada Algaravia a Nova de que Era Capitão Francisco Nobre a Qual Perdeu nos Baixos de Pêro dos Banhos em 22 de Agosto de 1555*, hipoteticamente impressa em Lisboa, também em 1556. Lanciani (1979: 22-23), citando Boxer, explica, porém, que a *Relação do Lastimoso Naufrágio da Nau Conceição* poderá ser de cerca de 1620, pois nela são referidas obras de 1613 (*Crónica de Dom João III*, de Francisco de Andrade) e de 1616 (*Década VII*, de Diogo do Couto). Aliás, uma outra questão se releva desta obscura situação. É que no primeiro número da primeira das *Relações* de Manuel Severim de Faria se diz que se acabou de saber do que sucedeu ao galeão São João. Ora, sendo essa *Relação* de 1626, então, logicamente, nem o naufrágio nem a publicação do respectivo relato poderiam ser de 1555/1556.

públicos para vários ouvintes) eram estruturalmente similares ao que encontramos no jornalismo contemporâneo.

As *Relações* de Manuel Severim de Faria têm sido referidas em vários textos historiográficos do jornalismo (por exemplo: Pereira, 1895: 1; Pereira, 1897: 128; Cunha, Setembro de 1898: IV; Bessa, 1904: 144-146; Cunha, 1914: 260-261 e 281; Cunha, 1929/1930: 358-367; Cunha, 1939; 3-25; Cunha, 1941: 37 e 43-45; Martins, 1942: 13-17; Cunha, 1942: 8-19; Cunha, 1932: 220-232; Neves, 1989: 23 e 26; e Tengarrinha, 1989: 29). Têm sido, igualmente, referidas em histórias da literatura portuguesa (por exemplo Remédios, 1914: 386-387; Saraiva e Lopes, 1985: 573-574), em catálogos bibliográficos e bio-bibliográficos (por exemplo: Machado, 1752: 372; Matos, 1878: 267; Fonseca, 1896: 31; Figanière, 1850: 42; Silva, 1862: 108; Arouca, 2003: 96-97) e em biblio-biografias do autor (por exemplo: Vasconcelos, 1914; Silva, 2003; Jorge, 2003). No final do século XIX e na primeira metade do século XX, as *Relações* mereceram mesmo empolgantes discussões sobre se teriam ou não primazia sobre as chamadas *Gazetas* da Restauração na génese do jornalismo lusófono (por exemplo: Cunha, Setembro de 1898: IV; Bessa, 1904: 143-146; Cunha, 1929/1930: 358-367; Cunha, 1939: 3-25; Cunha, 1941: 37 e 43-45; Cunha, 1942 a: 8-19; Cunha, 1932: 220-232). No entanto, tanto quanto pudemos apurar, nunca foram estudadas com profundidade nem sob a perspectiva comunicológica. Este trabalho procurou, assim, dar um contributo para o estudo das *Relações* de Manuel Severim de Faria sob o ponto de vista dos Estudos Jornalísticos, que se inserem, naturalmente, na macro-área interdisciplinar das Ciências da Comunicação, que têm como objecto as actividades e estratégias de comunicação social. A nossa perspectiva de investigação não foi, portanto, a das Ciências Históricas nem a das Ciências Literárias e Linguísticas, pelo que não foi nossa ambição preocupar-nos, por exemplo, com a exactidão histórica dos factos narrados nas *Relações* ou com considerações de natureza eminentemente literária e linguística, embora reconheçamos que essas disciplinas tocam as Ciências da Comunicação em vários pontos, pelo que se tentaram aproveitar alguns dos contributos que elas poderiam dar ao estudo das referidas *Relações*.

Os principais objectivos do presente trabalho de investigação foram (a) discutir o contributo das *Relações* de Manuel Severim de Faria para o desenvolvimento inicial do jornalismo lusófono e (b) procurar descrever e entender os conteúdos e formatos dessas publicações, debatendo-os à luz do que convencionalmente podemos considerar como o campo dos Estudos Jornalísticos, no seio das Ciências da Comunicação, entendidas, sobretudo, como *medialogia*.

As perguntas de investigação que orientaram, genericamente, a investigação foram as seguintes:

1) Podem considerar-se as *Relações* de Manuel Severim de Faria dispositivos jornalísticos impressos, em concreto, jornais?

2) Que conexão as *Relações* estabelecem com outras obras de Manuel Severim de Faria, em particular com outras obras historiográficas do mesmo autor, bem como com outros exemplos de jornalismo "pré-industrial" do século XVII ou anteriores?

3) Como se apresentavam as *Relações* (aspecto físico, design, conteúdos e formato dos conteúdos)?

4) Como as *Relações* reflectem discursivamente a conjuntura da época? Quais os "ecos do mundo" que se encontram nas *Relações*?

Para o desenvolvimento da investigação, fez-se um levantamento bibliográfico exaustivo dos materiais que se referem às *Relações* nas principais bibliotecas portuguesas e desenvolveu-se uma análise do discurso das *Relações*, qualitativa e quantitativa.

1. As *Relações*: estudo de caso

As *Relações* de Manuel Severim de Faria (escritas sob o pseudónimo Francisco d'Abreu) são três opúsculos noticiosos impressos, multitemáticos, publicados em 1626, 1627 e 1628. O número de 1627 é, porém, uma reedição do número de 1626, com alguns erros pontuais de transcrição, atribuíveis ao compositor que preparou a impressão tipográfica ou a uma eventual revisão do texto pelo próprio autor.

As referidas *Relações* são uma espécie de *anuários* noticiosos, autênticas colectâneas de notícias sobre acontecimentos passados num determinado período. Numa época em que as finalidades e fronteiras do jornalismo emergente não estavam bem definidas, as *Relações* de Severim de Faria tinham, certamente, uma intenção simultaneamente historiográfica e jornalística. Podem, assim, considerar-se como partilhando da tradição dos livros noticiosos, popularizados com o nome de mercúrios, de que são uma manifestação tardia e já contaminada com características do jornalismo periódico mais frequente, que então dava os primeiros passos com a aparição das gazetas).

As *Relações* atrás citadas não tiveram carácter periódico, mas, como outras publicações similares da mesma época, podem ser consideradas antepassadas dos actuais jornais (inclusivamente, continuam a existir colectâneas anuais e plurianuais de notícias). Aliás, a ausência de periodicidade regular das *Relações* poderá dever-se não somente às intenções ou possibilidades do autor mas também às limitações técnicas, uma vez que o processo tipográfico era bastante lento; aos imperativos legais, que retardavam a circulação da publicação; e ainda à dificuldade e irregularidade das comunicações.

As *Relações* impressas de Severim de Faria fazem parte da obra maior *História Portuguesa e de Outras Províncias do Ocidente, Desde o Ano de 1610 Até o de 1640 da Feliz Aclamação d'El Rei D. João o IV Escrita em Trinta e Uma Relações*, do mesmo autor, que integra 31 relações manuscritas, de que foram impressas a 16ª (*Relação Universal...*, de 1626, reeditada em 1627) e a 17ª (*Relação do Que Sucedeu...*, de 1628). Enquanto autor da *História Portuguesa*, Severim de Faria é evocado da seguinte maneira: "De quanto meditava e lia, e de quanto observava na convivência dos homens, dos livros e dos monumentos, [Manuel Severim de Faria] tirava

constantemente notas, que depois reduzia a tratados, discursos, prontuários. Em *Relações* seguidas apontava os acontecimentos memoráveis do seu tempo" (Vasconcelos, 1914: 34).

A primeira das relações manuscritas incluídas na *História Portuguesa* data de Março de 1610. Embora algumas dessas 31 relações manuscritas se revistam da forma de cartas (a primeira foi enviada a Diogo do Couto; a segunda e a terceira foram enviadas ao padre jesuíta Francisco Dias; a 16ª, que foi a primeira das *Relações* impressas, foi dirigida a um indivíduo que residia no Norte do país; a 17ª, que foi a segunda das *Relações* impressas, foi dirigida a Gil de Nicola, cavaleiro francês; a 21ª foi extraída de uma carta para a Índia, etc.), se todas elas tivessem sido impressas periodicamente, teriam, possivelmente sem grandes controvérsias, constituído o ponto inicial da história do jornalismo periódico português, pelo menos tendo em conta os dados que hoje em dia possuímos.

O manancial de acontecimentos registados e relatados na *História Portuguesa* levou a que vários excertos da obra tenham sido publicados. O padre Manuel Ruela Pombo publicou vários, comentando-os, na revista *A Cidade de Évora*, em 1947, e o Barão de Studart fez o mesmo, mas reunindo e comentando apenas as notícias referentes ao Brasil, num livro que mantém a designação original (*História Portuguesa...*) e que foi publicado em Fortaleza, no Brasil, em 1903.

As *Relações* impressas de Manuel Severim de Faria (incluindo a reedição do primeiro número) apresentam-se em papel de linho e em formato de quarto (dimensões de cerca de 14 X 20 cm, sensivelmente o formato A5). Não possuem capa individualizada e dura (todas as páginas, incluindo a um e a última, são no mesmo papel). O design é simples e em tudo semelhante ao dos livros da mesma época, até porque, para os homens do início do século XVII, provavelmente não haveria grandes diferenças entre as *Relações* e um livro: as primeiras seriam apenas mais um "livro", ou, mais precisamente, uma nova publicação.

As *Relações* têm uma página um (frontispício) em que surge o título (as primeiras linhas apenas em maiúsculas − caixa alta − e as restantes, normalmente, em maiúsculas e minúsculas − caixa alta e baixa), o nome do autor, uma gravura xilográfica ilustrativa (apenas as duas edições do primeiro

número), a data e o local de impressão e o impressor. Nas duas edições do primeiro número, é ainda incluída na "um" a menção "com todas as licenças necessárias". O segundo número, impresso em Évora, tem uma dedicatória na primeira página.

A segunda página insere as licenças e as taxas (na primeira edição da primeira *Relação* há duas páginas com menções a licenças).

A partir da página 3, surgem as notícias, seguidas, impressas a uma só coluna, sem qualquer intervalo umas das outras (apenas se iniciam em parágrafos diferentes) e, no primeiro número, sem qualquer outra distinção gráfica (no segundo, as notícias são expostas país a país).

O texto noticioso começa, em todas as três *Relações*, com uma letra capitular. Apenas é usado um tipo de letra, gótico, em cada uma das *Relações*, embora as licenças sejam grafadas em itálico e o resto do texto em normal, separando graficamente o texto "administrativo" do conteúdo noticioso. As citações directas (várias em latim) também são grafadas em itálico. Os parágrafos assinalam-se com uma tabulação de dois/três espaços para a direita. No segundo número das *Relações*, como se disse, a informação é segmentada por países, um arremedo das secções do jornal moderno. As margens espaciais que rodeiam a mancha gráfica são suficientemente largas para o olhar repousar. Não há qualquer inserção de publicidade. A impressão geral apontada graficamente pelas *Relações* é de ordem racional, organização, clareza, repouso para o olhar, sobriedade gráfica. As *Relações* parecem dirigir-se a um público ponderado, com tempo para consumir a informação e reflectir racionalmente sobre ela. Mesmo que os conteúdos revelem um mundo agressivo, imprevisível, ameaçador, caótico, a sugestão gráfica invoca controlo sobre ele.

A primeira das *Relações*, conforme descrito no respectivo título, compreende notícias de Março de 1625 a Setembro de 1626. Foi impressa em Lisboa, em 1626, e reimpressa em Braga, em 1627, embora, como dissemos, com pontuais alterações no conteúdo e alguns erros de transcrição (ver apêndices 1 e 2). O título do segundo número das *Relações* esclarece que este abarca notícias do período entre Março de 1626 e Agosto de 1627, havendo, portanto, uma sobreposição temporal no

noticiário, o que demonstra que o chantre de Évora não tinha grandes preocupações com o balizamento temporal sucessivo das suas *Relações*.

É de destacar que, formalmente, o título de cada uma das *Relações* de Severim de Faria é individualizado, situando-se em todas elas no cabeçalho da primeira página (ou frontispício). O título identifica-se com o conteúdo, o que fortalece a identidade das publicações.

Quadro 1

Sinopse das *Relações*

Título	**Autor referenciado**	**Ano de edição**	**Local de edição**	**Impressor**	**N.º de páginas**
Relação Universal do Que Sucedeu em Portugal & Mais Províncias do Ocidente e Oriente, Desde o Mês de Março de 625 Até Todo Setembro de 626. Contém Muitas Particularidades & Curiosidades. (1ª edição)	Francisco d'Abreu, natural desta Cidade de Lisboa	1626	Lisboa	Geraldo da Vinha	32
Relação Universal do Que Sucedeu em Portugal & Mais Províncias do Ocidente e Oriente, Desde o Mês de Março de 625 Até Todo Setembro de 626. Contém Muitas Particularidades & Curiosidades. (2ª edição)	Francisco d'Abreu, natural da Cidade de Lisboa	1627	Braga	Frutuoso Lourenço de Basto	32
Relação do Que Sucedeu em Portugal e Nas Mais Províncias do Ocidente e Oriente Desde Março de 1626, Até Agosto de 1627	Francisco de Abreu, natural da cidade de Lisboa	1628	Évora	Manuel Carvalho, impressor da Universidade	18
Observações à *Relação* de 1628: É dedicada, na página um, a Gil de Nicola, cavaleiro francês, ostentando na "um" a seguinte dedicatória: "A V. M. [Vossa Mercê] por curioso se deve a dedicação desta relação, e eu por obrigado não podia deixar de dedicar-lha, se se atenta o ânimo com que ofereço, ainda que em si pequena oferta se avaliará por grande dádiva. Receba-me V. M. a vontade de lhe dar gosto, e terei por grande satisfação, o tê-lo V. M. em sua leitura. Guarde Deus a V. M. Etc."					

Nota: As *Relações* impressas em Lisboa e em Évora existem na Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra; o exemplar de Braga existe na Biblioteca Nacional de Lisboa, estando disponível para consulta em microfilme.

A questão da reedição do primeiro número das *Relações* é interessante. Se houve uma reedição, é porque a primeira edição circulou bastante e teve tiragem insuficiente, sendo necessária uma segunda edição. Poderá ainda ter-se dado o caso de poucos exemplares terem chegado ao Norte do país, o que possibilitou fazer-se a reimpressão, em Braga.

Uma nota de estranheza, também notada por Alfredo da Cunha (1932: 226), é a de que as licenças para a circulação do primeiro número das *Relações* são de Abril de 1626, mas a publicação abrange

o período até Setembro de 1626, o que faz supor, hipoteticamente, que houve notícias que escaparam à censura, talvez devido à confiança dos censores, prelados, no igualmente prelado Manuel Severim de Faria.

É de salientar que as *Relações* de Severim de Faria foram feitas para circularem e serem vendidas, como o comprovam as taxas pagas. Esta característica aproxima-as dos dispositivos jornalísticos impressos contemporâneos.

O interesse pelas *Relações* de Manuel Severim de Faria surgiu no século XVIII e dura até à actualidade, a partir das tentativas elaboração de histórias do jornalismo português e da literatura portuguesa e das experiências de reconstituição da bibliografia nacional feitas por bibliógrafos e coleccionadores. Porém, quer umas quer outras apresentam, por vezes, algumas inexactidões quando os autores se referem às *Relações* do chantre da Sé de Évora:

− Machado (1752/1966: 372) refere, correctamente, a publicação das *Relações* impressas em Lisboa (1626) e em Évora (1628), mas não menciona a edição de Braga.

− José dos Santos (1822: 533-534), ao organizar o catálogo para venda em leilão da biblioteca dos condes de Azevedo e de Samodães, inclui na lista de publicações dessa biblioteca o primeiro número das *Relações*, impresso em Lisboa, citando alguns excertos do mesmo. Porém, equivocadamente, considera-a uma "antiga publicação periódica" (quando, na verdade, as *Relações* apresentam falta de periodicidade) e cita ainda um outro bibliófilo, o brasileiro José Carlos Rodrigues, que acentua o erro, ao explicar que as *Relações* de Severim de Faria seriam a primeira gazeta (o que implicaria periodicidade) que se publicou em Portugal.

− Num texto atribuído a Alexandre Herculano, publicado na revista *O Panorama* (n.º 48, de 31 de Março de 1838: 101), indica-se que antes de 1640 apareceram em Portugal

"reflexões volantes dos acontecimentos públicos, nacionais ou estranhos", mas sublinha-se que "tais relações nem eram periódicas nem tinham entre si a disposição de uma gazeta". A gazeta mais antiga é, para o autor do texto, a de Novembro de 1641, que inicia a série das chamadas *Gazetas* da Restauração.

− Jorge César de Figanière (1850: 42) regista, correctamente, os exemplares das *Relações* de Lisboa (1626) e de Évora (1628). Diz, correctamente, que existe uma edição da primeira impressa em Braga, em 1627, mas acrescenta que não viu qualquer exemplar da mesma.

− Inocêncio Francisco da Silva (1862, 6: 108) indica a existência da edição de Lisboa (1626), confessando ter visto um exemplar numa colecção privada, mas erra ao indicar que a *Relação do Que Sucedeu em Portugal...* (segundo número das Relações) foi impressa em Braga, em 1627, confundindo-a com a segunda edição do primeiro número. No entanto, Inocêncio (como é familiarmente tratado entre os bibliógrafos) diz que há uma edição do segundo número das *Relações* impressa em Évora, em 1628, o que corresponde à verdade. O autor acrescenta, todavia, que não viu qualquer exemplar desse segundo número, o que terá suscitado a confusão atrás registada.

Inocêncio Francisco da Silva (1862, 6: 108) engana-se, também, ao considerar as *Relações* uma "espécie (...) de notícias periódicas dos sucessos [acontecimentos] do mundo", já que elas não podem considerar-se periódicos. Mas acrescenta, correctamente, que são semelhantes a "resenhas" de notícias, constituindo "os papéis mais antigos desta classe que se nos deparam impressos em Portugal". Todavia, é de referir que Inocêncio Francisco da Silva (*cit. in* Cunha, 1939: 9) escreveu, posteriormente, nas suas *Cartas Bibliográficas a Teixeira de Vasconcelos*, que "tão pouco deve caber essa denominação (de periódicos) às duas *Relações* (...) que o douto chantre Severim de Faria publicou", emendando a sua perspectiva inicial, referida no *Dicionário Bibliográfico Português*.

− Silva Túlio (1866: VIII) regista a edição do primeiro número das *Relações* em Lisboa, mas diz que existe um segundo número publicado em Braga, persistindo na confusão entre o segundo número das *Relações* e a reedição do primeiro número.

− Ricardo Pinto de Matos (1878: 267) refere a edição de Braga (1627) e a de Évora (1628) e relembra que Inocêncio Francisco da Silva (1862) indica a existência da edição de Lisboa (1626). Equivoca-se, porém, ao considerar s *Relações* "uma espécie de periódicos que com os *Mercúrios* de António de Sousa Macedo e as *Gazetas* de 1640 [o primeiro número é de 1641] e anos seguintes, fazem uma importante e curiosa colecção dos papéis impressos deste género, hoje difícil de reunir e completar".

− A. X. da Silva Pereira (1895: 1) coloca as *Relações* de Manuel Severim de Faria à cabeça da sua lista de periódicos portugueses, o que constitui um erro porque as *Relações* não foram periódicas. Também erra ao considerar que as *Relações* foram publicadas entre Março de 1625 e Agosto de 1627, quando o último número das *Relações* foi publicado em 1628. O mesmo autor erra, mais tarde, em nova obra, ao dizer que as *Relações* foram publicadas mensalmente e erra também ao atribuir-lhes a condição de iniciadoras das gazetas em Portugal (Pereira, 1897: 128); no seu *Dicionário do Jornalismo Português*, manuscrito inédito conservado na Academia das Ciências de Lisboa, o autor erra, igualmente, ao afirmar que as *Relações* nunca tinham sido vistas.

− Martinho Augusto da Fonseca (1896: 31) alude, correctamente, aos títulos dos dois números das *Relações*, mas localiza, erradamente, a impressão do segundo número em Braga, em 1627, confundindo-o, portanto, com a reedição do primeiro número.

− Alberto Bessa (1904: 143-146) refere-se ao aparecimento do primeiro número das *Relações* − a *Relação Universal...* − em 1626, mas diz também que as referidas *Relações* duraram até 1627 (p. 146), o que constitui um erro de datação (o segundo número das *Relações* é de 1628) e, provavelmente, um erro de sentido, já que o autor parece querer dizer que foram editados vários números entre 1626 e 1627, o que não ocorreu.

− Alfredo da Cunha (Cunha, Setembro de 1898: IV; Cunha, 1914; Cunha, 1929/1930: 358-367; Cunha, 1939: 3-25; Cunha, 1941: 37 e 43-45; Cunha, 1941 b; Cunha, 1942: 8-19; Cunha, 1932: 220-232; Cunha, 1945: 250-263) refere-se, sempre correctamente, aos dois números das *Relações* e à segunda edição do primeiro número. Terá sido o primeiro autor a fazer um estudo sério sobre as *Relações* e a efectivamente consultá-las, para as comparar com as *Gazetas* da Restauração.

− Mendes dos Remédios (1914: 387) contabiliza apenas duas *Relações*, mas equivoca-se ao assinalar que o segundo número tinha sido impresso em Braga compreendendo notícias até Agosto de 1627, confundindo a reedição do primeiro número com o segundo número.

− José Leite de Vasconcelos (1914: 30) indica a publicação da *Relação Universal* em Lisboa, em 1626, mas assinala, erradamente, que a segunda *Relação* foi publicada em Braga, em 1627 (quando na verdade é a reedição da primeira *Relação*), e agrava o erro ao referir que a *Relação* editada em Évora é uma nova edição da segunda *Relação*, quando na verdade é o segundo número das *Relações*.

− Norberto de Araújo (1941: 119-120) menciona, correctamente, as duas *Relações*, os títulos e as datas de aparição, considerando-as um "germe de jornalismo" (p. 120).

− Rocha Martins (1942: 13) regista os dois números das *Relações*, mas erra ao escrever que o segundo número foi impresso em Braga, confundindo, portanto, a reedição do primeiro número com o segundo número (Martins, 1942: 15).

− O professor brasileiro Carlos d'Alge (1983: 9) considera que "não se conhece nenhum periódico [português] anterior a 1641 [*Gazetas* da Restauração]", o que é verdade, pois as *Relações* de Severim de Faria não eram periódicas.

− O *Dicionário de Literatura* dirigido por Jacinto do Prado Coelho (1984) assinala, no texto dedicado ao Jornalismo (p. 504), a existência de duas "relações ou cartas ânuas" de Manuel Severim de Faria, indicando, correctamente, os períodos que abarcam, mas não indica os lugares de impressão nem relembra a reedição do primeiro número das *Relações*. O mesmo texto refere, igualmente, que as *Relações* impressas de Severim de Faria foram extraídas da *História Portuguesa*, composta por 31 relações.

− António José Saraiva e Óscar Lopes (1985: 574) referem a existência de dois números das *Relações* compreendendo notícias de acontecimentos de 1625 a 1627, sem darem mais indicações. Para esses autores, as *Gazetas* da Restauração são uma continuação da iniciativa de Severim de Faria, que consideram um autor de "propensão noticiarista e articulista" e "um dos precursores da imprensa noticiosa em Portugal" (Saraiva e Lopes, 1985: 574).

− José Tengarrinha (1989: 29) refere-se, correctamente, aos dois números das *Relações*, impressos em Lisboa e em Évora, e à reimpressão do primeiro número em Braga.

− João Alves das Neves (1989: 23) indica, correctamente, a existência dos dois números das *Relações*, impressas em Lisboa e em Évora, mas não menciona a reedição do primeiro número, em Braga.

− Pena Rodríguez (1994), no seu texto sobre a história do jornalismo português elaborado para a obra maior de Pizarroso Quintero *Historia de la Prensa*, não refere as *Relações* de Manuel Severim de Faria, apesar de assinalar a existência de relações avulsas em Portugal desde o século XVI.

− Já no século XXI, João Frederico Arouca (2003: 96-97) regista, correctamente, os dois números das *Relações*, incluindo a reedição do primeiro, os locais e datas de impressão; igualmente o faz Joaquim Palminha Silva (2003: 20; 39; 43), biógrafo de Severim de Faria, que, todavia, não refere a reimpressão do primeiro número.

No início do século XX, emergiu, dentro do referido contexto de elaboração da historiografia do jornalismo nacional, um debate sobre o papel das *Relações* na génese do jornalismo nacional, tendo-se discutido, em particular, se elas poderiam considerar-se o primeiro jornal português (Cunha, Setembro de 1898: IV; Bessa, 1904: 143-146; Cunha, 1929/1930: 358-367; Cunha, 1939: 3-25; Cunha, 1941: 37 e 43-45; Cunha, 1941 b; Cunha, 1942: 8-19; Cunha, 1932: 220-232; Cunha, 1945). A discussão decorreu, em grande medida, sob o signo "jornal = periódico", o que, como já deixámos antever, não é uma relação inteiramente verdadeira.

Houve, assim, autores que consideram a publicação da *Relação Universal do que Sucedeu em Portugal e Mais Províncias do Ocidente e Oriente*, em 1626, como uma das marcas que assinalam o nascimento do jornalismo em Portugal. Por exemplo, Xavier da Silva Pereira (1895: 1; 1897: 128) coloca a primeira das *Relações* de Severim de Faria no topo da lista cronológica dos jornais portugueses. Silva Túlio (1866: X) refere-se, nos seus escritos, à publicação de Severim como o

"avoengo" das *Gazetas* da Restauração e posteriores periódicos portugueses. Mendes dos Remédios (1914: 375-376) considera as *Relações* "precursoras" das *Gazetas* da Restauração e Manuel Severim de Faria (p.p. 375-376) um "historiador" da Escola Gongórica ou Seiscentista, embora dos "menos importantes". António José Saraiva e Óscar Lopes (1985: 574) reconhecem às *Relações* o papel de precursoras da imprensa noticiosa em Portugal. Joaquim Palminha Silva (2003: 39) afirma que as *Relações* de Severim de Faria e várias outras "reportagens" marcam "os primeiros passos do jornalismo nacional". Rocha Martins (1942: 13) assegura às *Relações* o estatuto de "ensaio noticioso", uma "resenha de largo período [que] não podia considerar-se uma publicação de novidades frescas mas constituía, indubitavelmente, um arquivo com propósitos de noticiário", embora "em forma de carta". Assim, para Martins (1942: 13-16), Manuel Severim de Faria deve, inclusivamente, ser considerado o primeiro noticiarista português:

> "Comprovou, largamente, a sua erudição e vincou a tendência para dar relevo aos factos que decorriam. Se não foi um periodista com a mira de informar os acontecimentos, uma semana ou um mês depois, definiu, marcadamente, o seu propósito nos ensaios: não queria ver perdidas as novas. Era o cronista dos factos, o seu cultor e até comentador.
>
> Severim de Faria iluminava o seu espírito com o sentido que o jornalismo teria muito mais tarde: revelar os sucessos e, por vezes, explicá-los ou interpretá-los sob um critério.
>
> Analisado sob esta faceta, pode considerar-se aquele douto sacerdote um noticiarista, embora de largos períodos, e o iniciador das publicações do género em Portugal. (...) Existia nas *Relações* a massa de diverso noticiário, que só faltava arrumar por secções. O autor preferia seguir os acontecimentos cronologicamente, com o intuito evidente de os sistematizar, como nas *Gazetas*, seguindo os processos tradicionalmente estabelecidos.
>
> (...)

Não se pode dizer que fosse um qualquer adventício o primeiro noticiarista de Portugal."

Alfredo da Cunha (1898; 1914; 1929/1930; 1932; 1939; 1941; 1941 b; 1942; 1945) foi um dos autores que melhor tentou estudar as *Gazetas* da Restauração e, comparando-as às *Relações*, atribuir às primeiras o estatuto de primeiro periódico português. Observando os seus vários trabalhos, são sete as razões adiantadas pelo citado autor para se considerarem as *Gazetas* da Restauração como o primeiro periódico português e modelo para os jornais nacionais contemporâneos, em detrimento das *Relações* de Severim de Faria:

1) As *Relações* não são as primeiras do género, dado haver outras desde o século XVI (embora aqui, certamente, o autor se refira às publicações noticiosas ocasionais monotemáticas, pois não está documentada a existência de folhas pluritemáticas de notícias antes das *Relações* de Severim de Faria, se excluirmos (a) a *Miscelânea* de Garcia de Resende, em verso; (b) as relações monotemáticas que incluíam uma ou outra notícia independente correlacionadas com o assunto principal; e (c) outros folhetos ocasionais similares às *Relações* que possam ter sido elaborados e impressos mas não chegaram até nós);

2) As *Relações* não tinham, propriamente, como destino o público em geral, já que a primeira teria sido escrita "para distracção pessoal de um indivíduo que vivia em Entre Douro e Minho" (Cunha, 1929/1930: 360), revestindo-se da forma de carta, e a segunda foi dedicada ao cavaleiro francês Gil de Nicola (este argumento, porém, colide com o facto de as relações terem sido impressas e vendidas ao público interessado, o que pressupõe tiragens habituais para a época de, pelo menos, cerca de uma centena de exemplares de cada número).

3) A frequência das *Relações* é dúbia, assim como a sua continuidade, pois apenas se sabe da existência de dois números impressos (um deles reeditado), embora possam ter havido outros. Aliás, "os escritores mais autorizados (...) não aceitam, por exemplo, que fossem as relações semestrais noticiosas, aparecidas nos fins do século XVI, em Frankfurt, que representassem o papel de primeiro periódico alemão (...). Com que legitimidade, portanto, hão-de considerar-se periódicos as *Relações*, impressas de dois em dois, ou de três em três semestres, de Severim de Faria, se as semestrais alemãs não são admitidas em tal categoria?" (Cunha, 1932: 227).

4) A identidade – ou título – das *Relações* não se manteve (*Relação Universal do que Sucedeu em Portugal e Mais Províncias do Ocidente e Oriente Desde o Mês de Março de 1625 Até Todo o Mês de Setembro de 1626. Contém Muitas Particularidades e Curiosidades*; *Relação do que Sucedeu em Portugal, e Nas Mais Províncias do Ocidente e Oriente, Desde Março de 1626 até Agosto de 1627*).

5) A periodicidade das *Relações* é irregular e o aparecimento de cada número é mediado por muitos meses (a primeira *Relação* é de Outubro de 1626 e a segunda de Setembro de 1627, impressa somente em 1628).

6) O aparecimento das *Relações* no mercado não é imediato, deteriorando a actualidade das informações (a reedição do primeiro número foi impressa em 1627, mas traz notícias até Setembro de 1626; o segundo número foi impresso em 1628, mas traz notícias até Agosto de 1627);

7) A impressão decorre em lugares diferentes (a primeira edição do primeiro número foi feita em Lisboa; a segunda edição desse número, em Braga; e o terceiro número foi impresso em Évora).

As razões atrás apontadas foram suficientes para Alfredo da Cunha (em entrevista a um jornalista, revelada na sessão da 2ª classe da Academia de Ciências de Lisboa de 10 de Abril de 1930, conforme referido em Cunha, 1929/1930: 358-359) negar a comemoração do Tricentenário da Imprensa Portuguesa em Setembro de 1926, data avançada pelo Sindicato de Profissionais da Imprensa, na altura, por ter sido, precisamente, em Setembro de 1626 que se publicou a primeira relação de Manuel Severim de Faria. De facto, para Alfredo da Cunha, as *Relações* de Severim de Faria poderiam ser "preliminares ou prenúncios, moléculas ou germes dum organismo em embrião, sim; protótipos ou modelos, sementes plenamente germinados ou órgãos bem formados, não!" (Cunha, 1932: 229). Aliás, Alfredo da Cunha (1932: 223-225) foi ainda mais longe na recusa da comemoração do Tricentenário da Imprensa Portuguesa em 1926, defendendo que se tivéssemos de recuar à raiz da "árvore genealógica" do jornalismo português, então o bisavô das *Gazetas* seria a *Miscelânea* de Garcia de Resende, publicada em 1554. Daí que a data tivesse que ser alterada para o ano de 1954, a fim de se comemorar o 4º Centenário do Primeiro Jornal Português. Finalmente, Alfredo Cunha (1929/1930: 361) explicita que para ele Manuel Severim de Faria foi "um memorialista (...) mas não um periodista".

Outros autores concordam com o juízo de Alfredo da Cunha. Alexandre Herculano (presumivelmente), num texto que lhe é atribuído e que foi publicado na revista *O Panorama* (n.º 48, de 31 de Março de 1838: 101), indica que as relações que apareceram em Portugal antes das *Gazetas* da Restauração apenas podem ser consideradas "reflexões volantes dos acontecimentos públicos, nacionais ou estranhos", e não gazetas, pois não eram periódicas nem a sua forma correspondia à das gazetas. Norberto de Araújo (1941: 120) considera as *Relações* um "germe de jornalismo", mas, repetindo os argumentos de Alfredo da Cunha (ausência de periodicidade,

continuidade e actualidade, ausência de interdependência, escritas para um público restrito), diz que não podem ser consideradas periódicos. Tengarinha (1989: 29) afirma que apesar de as *Relações* de Severim de Faria terem sido "durante muito tempo (...) apontada[s] como o primeiro jornal português", não têm "como se exige no jornalismo, carácter de periodicidade". Alves das Neves (1989: 23) conclui que "tais *Relações* não podem ser catalogadas como jornais, pois lhes faltou a condição principal − a periodicidade."

Há que dizer, a propósito, que nem sequer é possível afirmar que as *Relações* de Manuel Severim de Faria foram as primeiras publicações pluritemáticas noticiosas a surgir em Portugal, pois uma Carta Régia de 26 de Janeiro de 1627[12] parece sugerir o contrário:

> "De *alguns anos* a esta parte se tem introduzido nesta cidade escrever e imprimir *relações de novas gerais*; e porque *em algumas* se fala com pouca certeza e menos consideração, de que resultam graves inconvenientes; ordenareis que se não possam imprimir sem as licenças ordinárias e que antes de as dar se revejam e examinem com particular cuidado."

A referida Carta Régia suscita, de facto, três interpretações:

> (1) A primeira interpretação é a de que a citada Carta Régia pode mesmo ter sido expedida tendo em conta outras *Relações* noticiosas pluritemáticas. Por exemplo, Silva Túlio (1866: VIII), num comentário à citada Carta Régia de 26 de Janeiro de 1627, defende que a mesma, ao mencionar "de alguns anos a esta parte", não poderia estar a aludir só às *Relações* de Severim – cujo primeiro número tinha sido publicada em Lisboa no ano anterior – mas sim a relações anteriores. E por Severim de Faria sempre ter sido visto como um homem honrado e não ser conotado a como alguém que redigia textos inconvenientes

[12] Documento arquivado na Torre do Tombo, maço da correspondência do Desembargador do Paço, fol. 19, dirigida por Filipe III ao chanceler-mor do reino, Cristóvão Soares. Parece ter sido analisada e citada na totalidade pela primeira vez por Silva Túlio (1866: VII-VIII), sendo várias as referências posteriores ao documento em vários autores, como Cunha (1932; 1939; 1941...) ou Tengarrinha (1989).

(Cunha, 1939: 22), Silva Túlio (1866: VIII) defende que esta Carta Régia não teria como alvo as *Relações* aqui abordadas mas outras. Alfredo da Cunha (1941: 37) relembra, inclusivamente, que existiam na altura relações que embora focassem um assunto principal, incluíam outras notícias (então chamadas "novas gerais", conforme escrito na referida Carta Régia), como aconteceu na *Relação da Enfermidade e Morte De El-Rei D. Filipe III...*, cujo título, no final, inclui a menção *Com Todas as Novidades Que Sucederam na Corte Até Agora*. A Carta Régia poderia, assim, para Alfredo da Cunha, referir-se a estas relações de ambição monotemática mas que incluíam várias notícias menores mais ou menos correlacionada com o tema principal.

(2) A segunda interpretação é a de que quando a Carta Régia remete para várias relações se possa estar a referir às publicações noticiosas monotemáticas que proliferavam na altura, como as célebres *relações de naufrágios* que mais tarde Bernardes Gomes de Brito (1735-1736/1942) juntou na *História Trágico-Marítima*.

(3) Uma terceira interpretação é a de que a Carta Régia teria sido promulgada visando especificamente as *Relações* de Manuel Severim de Faria, de que já tinha sido publicado um número, em 1626, e eventualmente a reimpressão desse número um, em 1627. E se para os livros que se imprimiam naquela altura já havia normas que impediam a sua circulação sem prévia censura e licenciamento (alvará de 4 de Dezembro de 1576 e Livro 5 das Ordenações do Reino, de 1603), então essas *Relações* de Severim de Faria "não se consideravam como atingidas por essa lei anterior, visto que para elas, especialmente, foi a dita Carta Régia expedida" (Bessa, 1904: 145). Este argumento colide, porém, com a inserção das menções às licenças e ao pagamento de taxas em todos os números das *Relações* de Severim de Faria, nomeadamente nas duas edições do primeiro.

Apesar de tudo, como é óbvio e já assinalámos, a ausência de periodicidade e regularidade na publicação (só foram publicados dois números, embora o primeiro com duas edições) impedem que as *Relações* de Manuel Severim de Faria possam ser vistas como as publicações que assinalam o início do jornalismo *periódico* português. É o que se infere, por exemplo, das palavras de Tengarrinha (1989: 35):

> "Durante algum tempo manteve-se a ideia de que a imprensa periódica começara em Portugal com as referidas relações de Severim de Faria. Examinando cuidadosamente, porém, as duas únicas que vieram a público, conclui-se facilmente que não podem assinalar o início do periodismo no nosso país por lhes faltar duas condições essenciais: a periodicidade e a continuidade ou encadeamento."

De facto, se o significado mais importante de um periódico for o de apresentar ciclicamente nova informação, então as *Relações* não têm essa característica.

Deveremos então, uma vez expostos estes aspectos, considerar as *Relações* de Manuel Severim um dos antepassados dos jornais modernos, tendo em conta as suas características de falta de actualidade, falta de periodicidade e mesmo de público alargado? A nossa resposta é sim, tendo em conta o seu formato (o design e a dimensão são semelhantes aos das primeiras gazetas) e o seu conteúdo (as notícias, essencialmente factuais, revelam uma ambição informativa que ultrapassa e mera intenção historiográfica). A periodicidade é uma das características do jornalismo, não a única (e a actualidade, diga-se, também não define, só por si, a fronteiras do território jornalístico). Aliás, o próprio Alfredo da Cunha (1932: 229) escreveu, como vimos, que as *Relações* poderiam ser consideradas "protótipos ou modelos", ainda que imperfeitos, dos jornais contemporâneos. De facto, é inegável que existia nas *Relações* um noticiário que quase só faltava ser melhor trabalhado graficamente e compartimentado por secções (aliás, no segundo número a informação já é segmentada por países) para se assemelhar ao noticiário de um jornal contemporâneo. Além do

mais, deve acrescentar-se que Severim de Faria, ao publicar as *Relações*, iniciou uma nova fase para o jornalismo impresso português, mesmo que não se possa considerar a publicação das *Relações* como o marco que assinala a emergência do jornalismo *periódico* português.

Uma análise mais detalhada das *Relações*, que apresentaremos depois do balizamento do marco teórico, permitirá evidenciar, precisamente, a ambição de *difundir notícias* notada nessas publicações, que corresponde, quanto a nós, à mais expressiva qualidade do jornalismo.

É de realçar que, dadas as semelhanças entre as duas edições do primeiro número das *Relações* (ver apêndices 1 e 2), apenas se usaram para o estudo a primeira edição do primeiro número e o segundo número.

1.1 Marco teórico para análise das *Relações*

Entre o final do século XIX e meados do século XX, a Escola de Chicago, de onde derivam todas as teorizações interaccionistas, propôs a ideia de que as pessoas são actores sociais em interacção, representando diferentes papéis[13], nos quais reflectem as suas pressuposições sobre o mundo[14]. Assim, para se entender um discurso, devem-se observar as condições de enunciação e não apenas o enunciador e as suas idiossincrasias. Fazer uma análise do discurso implica encarar todo o discurso como um dispositivo de natureza não somente individual, mas também social, ideológica, cultural e histórica. Os discursos jornalísticos − e no nosso caso concreto consideraremos as *Relações* de Manuel Severim de Faria como dispositivos jornalísticos, isto é, como "jornais" − não escapam a essa circunstância. Aliás, em grande medida, pode dizer-se que, por vezes, se enfatizam mais as condições sociais, ideológicas, culturais e históricas da enunciação do que a individualidade de cada autor, perspectiva que, quanto a nós, subalterniza, injustamente, a figura (individual) de cada

[13] Às vezes há conflitos entre os papéis esperados (face aos pressupostos que dentro da nossa matriz social, ideológica e cultural construímos sobre o mundo) e os papéis efectivamente desempenhados. É o que acontece, por exemplo, nos pais que em vez de assumirem o papel social de "pais" em função do que deles socialmente se espera (sentido do "normal"), se comportam como adolescentes.

[14] Para uma visão sistematizada das ideias da Escola de Chicago e do interaccionismo simbólico, ver Sousa, 2006.

enunciador. Pensamos, de facto, que as peculiaridades de cada enunciador influenciam a enunciação, não podendo ser descartadas numa análise do discurso. Por isso, preocupámo-nos, no capítulo III, em traçar o perfil biográfico de Manuel Severim de Faria, o autor, ou seja, o enunciador, das *Relações*. Giddens (1991) e Giddens *et al.* (1995), por exemplo, procuram evidenciar que os actores sociais são pessoas relativamente autónomas e não simples produtos de uma estrutura, tendo, portanto, capacidade de escolha e capacidade de reflexão. De qualquer modo, como dissemos, concordamos, em geral, com a perspectiva de que as diferentes *circunstâncias* da enunciação, e não somente o enunciador, influenciam o enunciado, o que implica aceitar que as sucessivas escolhas de signos que fazemos (e que *temos de fazer*) ao usarmos a linguagem resultam não só da nossa mundividência particular, derivada, em grande medida, da nossa mundivivência particular, mas também da forma como colectivamente olhamos para o mundo, rodeados que estamos por um determinado contexto tecnológico, social, ideológico, cultural e histórico. Inevitavelmente, e por vezes inconscientemente, ao fazermos escolhas entre signos, algo se diz e algo não se diz. O discurso jornalístico, como qualquer outro, mostra na mesma medida em que oculta e para o compreendermos temos de ter em mente as diversas instâncias que contribuem para a sua produção, recepção e compreensão: o enunciador; as interacções entre diferentes enunciadores; a perspectiva que o enunciador tem do enunciado e do receptor; os receptores e a forma como cada um deles consome e dá significado aos textos; as rotinas produtivas; o tempo; os constrangimentos organizacionais e outros factores de natureza social, como o mercado e a audiência; a matriz ideológica e cultural em que o discurso é dito e adquire sentido(s), formatada pela história; os dispositivos tecnológicos que permitem a difusão dos textos, etc. (ver, por exemplo: Sousa, 2006). Algumas perspectivas da análise do discurso tendem a enfatizar as relações entre poder, dominação, resistência e linguagem. É o que se depreende, por exemplo, da perspectiva filosófica crítica de Foucault (1970/1997; 1975/1999), autor que reflecte sobre procedimentos discursivos de exclusão (distinção entre interdito e permitido, entre razão e loucura, entre verdadeiro e falso) e de imposição.

Bakhtin (1929/1977; 1952-1953/1996; 1981), um outro autor crítico, de filiação marxista, apresentou a noção de dialogismo, que moldou várias perspectivas posteriores de análise do discurso. Para Bakhtin, devemos distinguir entre discursos primários, ligados a experiências imediatas e concretas da realidade, e discursos secundários, mais complexos, de carácter ideológico, que recuperam os discursos primários, embora não possuam relação imediata com as experiências primárias da realidade. O discurso jornalístico seria um exemplo de discurso secundário, dirigido a um terceiro indirectamente presente na mente do enunciador e que ecoa os discursos primários, repercutindo-se na memória colectiva. Os discursos, porém, podem, segundo Bakhtin, ater-se ao mesmo assunto mas apresentarem variações estilísticas, o que, na nossa interpretação, coloca em destaque a figura do enunciador, essencial para a permanente renovação das formas de enunciar.

Berger e Luckmann (1966/1991) tentaram evidenciar que a linguagem é o dispositivo capaz de conectar as experiências singulares e subjectivas da realidade, ocorridas "aqui e agora", integrando-as numa totalidade significante que, não obstante, se reporta à realidade experimentada. No entanto, segundo os autores, o recurso à linguagem obriga à classificação das experiências em campos semânticos diferenciados, que constituem um acervo social de conhecimento. A integração social de um indivíduo dependeria, assim, segundo Berger e Luckmann, da sua capacidade de dominar alguns dos conhecimentos socialmente disponíveis, já que a omnisciência lhe está vedada. O jornalismo, dadas as funções que cumpre na sociedade contemporânea, seria parte importante na definição constante desse acervo social de conhecimentos.

Autores como Fowler (1994) e Fairclough (1995 a; 1995 b) apresentaram, analogamente, propostas de análise do discurso que interligam a linguística e a sócio-semiótica, misturando referências das teorias críticas com ideias da sociologia interpretativa, nomeadamente do interaccionismo simbólico e das teorias construtivistas.

Para Fowler (1994), a chave para a compreensão dos discursos reside na ideia de representação. Segundo o autor, a linguagem representa determinadas realidades, mas essa representação não é neutra. Pelo contrário, a escolha terminológica resulta de um determinado enquadramento

ideológico, pelo que as representações discursivas da realidade são sempre ideologicamente configuradas. A transformação de um acontecimento num enunciado implica a codificação linguística desse acontecimento, com base em pressupostos sobre o que é conhecido e desconhecido pelos receptores, sobre o que é consensual e fracturante, e gera conhecimentos referenciais comuns sobre esse acontecimento. Neste quadro, o enunciador apela ao senso-comum nas matérias em que presumivelmente se regista consenso. A função ideológica de um jornal, traduzida, essencialmente, pela sua capacidade de naturalizar as representações codificadas da realidade que impregnam cada enunciado, é facilitada pela familiaridade com os acontecimentos que esse mesmo jornal possibilita. Por vezes, a cumplicidade com o receptor promove-se através do implícito, isto é, pela construção discursiva de significados para além do que formalmente é dito, até porque nos enunciados jornalísticos o autor, normalmente, tem em conta o leitor. A questão da intertextualidade, ou seja, da inclusão de determinados textos, produzidos em determinadas circunstâncias, noutros textos, é também central para Fowler, na medida em que os textos de um jornal têm, maioritariamente, proveniência externa.

Fairclough (1995 a; 1995 b), por seu turno, atenta nos diferentes contextos determinantes de um discurso, salientando que as variações contextuais influenciam a enunciação e, por consequência, o enunciado. O autor procura, igualmente, combinar a linguística, a semiótica e a observação das práticas de produção, distribuição e consumo dos enunciados nas suas análises do discurso e tenta, ainda, aplicar a situações discursivas concretas conceitos como o binómio hegemonia/resistência (que remete para as posições de Gramsci). Por outro lado, tal como Fowler, Fairclough relembra a importância das relações intertextuais para a compreensão dos enunciados, mas distingue entre relações intertextuais, estabelecidas entre textos do mesmo género, e relações interdiscursivas, estabelecidas em enunciados de géneros diferentes.

Maingueneau (1990) lembra, por sua vez, que os textos contribuem para a construção de comunidades. Discursos fechados sustentam comunidades fechadas. Discursos abertos, como os jornalísticos, constroem comunidades abertas.

Nos anos oitenta e noventa, vários estudiosos transportaram a análise do discurso para uma dimensão quiçá menos crítica e mais pragmática, empírica e científica[15]. VanDijk (1990), por exemplo, encarou a produção do enunciado jornalístico em termos de processamento cognitivo dos textos, apontando cinco estratégias de processamento jornalístico da informação:

1) A selecção de informação;

2) A reprodução do discurso de terceiros e sua inserção no enunciado;

3) O resumo, que implica, cognitivamente, a construção de uma macro-estrutura textual, frequentemente detectada no título e no *lead* de uma matéria, através (a) da supressão de informações, feita com base na pressuposição de que algo já é conhecido ou de que é um detalhe menos importante para a compreensão global da peça; (b) da generalização, que implica a extensão terminológica a acontecimentos semelhantes que podem ser articulados no enunciado; e (c) da construção, que implica, cognitivamente, encontrar os termos que permitam aglutinar e articular os vários "pequenos" factos de um acontecimento num enunciado unitário definidor do acontecimento global;

4) As transformações locais, que decorrem da substituição, adição, subtracção ou permutação pontuais de termos e expressões, resultantes da aplicação de critérios de relevância;

5) A reformulação estilística e retórica de um enunciado, que implica a criação de um novo texto por substituição, subtracção e adição de palavras, recurso a subentendidos e figuras de estilo, etc.

[15] Empregamos o termo "ciência" no sentido comum do termo, ligado ao empirismo e à comprovação empírica, sistemática e metodológica de hipóteses, furtando-nos, portanto, ao debate sobre o que é e não é ciência, sobre o que é e não é conhecimento científico, sobre a configuração ideológica da palavra e das práticas científicas, etc.

É de realçar que não são apenas os autores especializados na análise do discurso que podem ser evocados para se entenderem as enunciações jornalísticas. Teorizações das áreas da sociologia, antropologia, das ciências literárias e outras podem ser convocadas para a explicação dos fenómenos jornalísticos, entre os quais, necessariamente, as *Relações* de Manuel Severim de Faria. Bourdieu (1984), por exemplo, tentou mostrar que a realidade social é um conjunto de relações de forças e de sentido em que se estruturam campos com características próprias. Cada campo − como o campo jornalístico − procura capitalizar recursos. As práticas sociais dos ocupantes dos campos reflectem essa condição, estruturando-se em função de determinados *habitus*, modelos de percepção, conceitualização e acção que se impõem aos ocupantes de cada um dos campos.

Numa perspectiva também sociológica, Giddens (1991) e Giddens *et al.* (1995) procuraram evidenciar que as pessoas, enquanto actores sociais, não conseguem exprimir discursivamente todos os conhecimentos que mobilizam nas suas interacções sociais. Assim sendo, para Anthony Giddens (1991) e colegas (Giddens *et al.*, 1995) as pessoas têm uma consciência prática e uma consciência discursiva, sendo nesta última que se revela o seu potencial próprio de percepção do mundo e reflexão sobre ele.

Schudson (1988; 1996; 2000) e Carey (1975; 2000), por outro lado, acrescentam a perspectiva culturológica à sociológica, salientando que num determinado momento histórico, numa determinada sociedade, com determinada cultura, apenas determinados fenómenos ascendem à categoria de notícia, porque apenas esses encaixam na categoria "notícia", construída em função dos padrões culturais de que essa sociedade se serve para olhar o mundo. Esses autores realçam, com grande pertinência, que a cultura é, assim, a matriz em que se fundam e de que se alimentam os textos jornalísticos, pelo que para se compreenderem as notícias, vistas, antes de mais, como histórias e narrativas, é preciso observar as circunstâncias culturais em que elas surgem, podendo ser convocadas, por exemplo, as ciências literárias e a antropologia para essa observação. Aqueles autores salientam, nomeadamente, a interligação entre o jornalismo e a literatura, a correspondência

entre os géneros, tendências e estilos literários e os géneros, tendências e estilos jornalísticos, também notada, entre outros, por Cristina Ponte (2002) e pelo reitor da Universidade Fernando Pessoa, Salvato Trigo[16].

A matriz cultural em que as notícias surgem alimenta, por seu turno, os estereótipos, os mitos e lendas intemporais que as notícias reflectem e os rituais do consumo mediático. Encarando os mitos como histórias intemporais que, cruzando o novo com o já conhecido, contribuem para uma sociedade dar sentido ao mundo, Lule (2001), por exemplo, mostrou que a cobertura noticiosa do *New York Times* reproduz e propaga mitos caros à sociedade ocidental, como o da boa mãe, o do herói individual, o do bode expiatório, o do perigo que vem de fora, o da comunidade em perigo, o do crime e castigo, etc. Fiske (1993: 120-121) explica, a propósito, que enquanto os mitos antigos diziam respeito "à vida e à morte, aos homens e aos deuses, ao bem e ao mal", os modernos, mais sofisticados, "incidem sobre a masculinidade ou feminilidade, sobre a família, sobre o êxito, sobre o polícia britânico, sobre a ciência". Coman (2003), Spitulnik (1993) e Coman e Rothenbuhler (2005) ou mesmo Tuchman (1978) são outros dos autores que poderíamos evocar no estudo antropológico das notícias.

Uma outra perspectiva que deve enfatizar-se na hora de se fazer uma análise do discurso é a do jornalismo como conhecimento (Park, 1940). O jornalismo é capaz de construir um campo diferenciado de conhecimento, menos rigoroso que o da ciência formal, mas também menos esotérico do que, por exemplo, o da filosofia (Meditsch, 1992). A construção de conhecimento pelo jornalismo faz-se, porém, impondo enquadramentos aos acontecimentos. Gamson e Modigliani (1989) sugerem que os *media* propõem interpretações susceptíveis de atribuir significados aos acontecimentos, quer através de metáforas ou exemplos que fazem ressoar nas notícias a herança cultural dos enunciadores, quer ainda de análises e apelos. Wolsfeld (1991: 18) diz que os acontecimentos necessitam de explicações, o que os torna pontos de partida para a construção de enquadramentos noticiosos. Goffman (1975: 10-11) define os enquadramentos como "princípios de

[16] Por exemplo, na intervenção no III Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos, celebrado no Conselho da Cultura Galega, em Santiago de Compostela, em 2005.

organização que governam os acontecimentos (...) e o nosso envolvimento subjectivo neles". Tuchman (1976; 1978) diz que eles contribuem para a construção de sentidos para a realidade social. Gamson (1989: 157) explica que um enquadramento é uma ideia central que organiza e dá sentido aos acontecimentos, sugerindo "o que está em causa". Gitlin (1980: 7) sustenta que os enquadramentos são padrões "de cognição, interpretação e apresentação, selecção, ênfase e exclusão" que organizam os discursos verbais e visuais. Traquina (2002: 200-201) explica que eles "são sugeridos através de metáforas, frases feitas, exemplos históricos, descrições e imagens", sendo que, por vezes, as notícias "novas" são encaixadas em "velhos" enquadramentos. Beltrão (1960/1992: 66; 69; 79-84) afirma o valor e inevitabilidade da interpretação no jornalismo.

É também a imposição de um determinado enquadramento aos factos notáveis e notados que, em parte, leva determinados acontecimentos a tornarem-se notícia, enquanto outros ficam na obscuridade, o que nos remete para o tema complexo da noticiabilidade, ou seja, dos factores que dão valor noticioso a um facto (valores-notícia) e tornam um acontecimento notícia, com o que concluiremos este enquadramento contextual que, esperamos, nos ajudará no estudo empírico das *Relações* de Manuel Severim de Faria.

Os temas das notícias têm-se mantido estáveis ao longo da história (Stephens, 1988). A resposta à questão "O que será notícia?" oferece, assim, uma grande dose de previsibilidade, pois resulta, em grande medida, da resposta à pergunta "O que foi notícia?". Na nossa interpretação, isso acontece, genericamente, porque foram historicamente consolidados na nossa cultura os factores que dão valor noticioso a determinados factos e os tornam noticiosamente relevantes entre todos os outros factos. Os jornalistas, dentro da nossa cultura, olham o mundo e fazem as coisas de acordo com os padrões culturais em que estão imersos. Os valores-notícia são, assim, em grande medida, uma expressão particular da cultura. Antes de se inculcarem na cultura e na ideologia profissionais dos jornalistas, muitos deles já existiam "intemporalmente" na nossa cultura, resultando, a nosso ver, das experiências ancestrais do mundo que quotidianamente exigiam trocas de informação. Essas trocas de informação eram vitais para assegurarem a satisfação das necessidades dos homens, a sua

segurança e ainda a transmissão da herança cultural, que, por sua vez, permitiria às gerações futuras enfrentar o mundo e, ao mesmo tempo, construir uma memória histórica que, simultaneamente, lhes desse o sentido de pertença a uma comunidade e assegurasse a imortalidade simbólica das suas vidas e feitos e das vidas e feitos dos seus antepassados. Por isso, eram e são notícias os conflitos e as guerras; a produção, o comércio e as trocas de mercadorias; as invenções; as catástrofes naturais, acidentes e tragédias; o desviante e ilegal; os líderes e os resultados das suas lideranças; e ainda o insólito e estranho, que muitas vezes convoca interpretações religiosas e míticas que permitem normalizar o diferente e enquadrá-lo nas explicações existentes para o mundo. Mesmo a noção de que a actualidade é uma das características que dão valor noticioso aos acontecimentos poderá ter resultado da necessidade de reacção rápida dos nossos antepassados a um mundo ameaçador, o que conferiria, necessariamente, maior valor às notícias que circulassem rápido, quando contribuíam para assegurar a sobrevivência das gentes e das suas comunidades (seria vital, por exemplo, saber que um inimigo se aproximava; ou que em determinado lugar se descobriu um novo alimento; ou ainda que um determinado bem estava a ser comerciado num certo local). Assim sendo, podemos concluir, em consonância com Nelson Traquina (2002: 172), que são os critérios de noticiabilidade, ou valores-notícia, que levam a que as notícias sejam estáveis e previsíveis.

Em 1690, Tobias Peucer destacou que as notícias são o resultado de uma selecção de acordo com a actualidade, importância, utilidade e interesse dos acontecimentos, o insólito, a referência a pessoas de elite, o interesse cívico, a negatividade e a variedade temática do noticiário, o que remete para os conceitos bem contemporâneos de *gatekeeping* (selecção de notícias por "porteiros") e de critérios de noticiabilidade. Também Beltrão (1960/1992: 69-109), ao falar dos "caracteres do jornalismo", refere-se à actualidade, actualização e permanência; à variedade do noticiário e do próprio jornalismo; à necessidade de selecção e interpretação, extensiva e intensiva; à periodicidade e à popularidade, no sentido de que o jornalismo se destina a todos os públicos, pois sua finalidade seria idealmente a promoção do bem comum.

Galtung e Ruge (1965) sistematizaram os critérios de noticiabilidade que, no mundo ocidental, sobrepondo-se à subjectividade dos jornalistas, ditam o que é e o que não é notícia. Para eles, um acontecimento transformar-se-ia em notícia por ser forte num ou em vários valores-notícia, como sejam: (a) a duração de um acontecimento e a possibilidade de este encaixar no ritmo de trabalho dos jornalistas (um acidente encaixa facilmente, mas não um processo lento e de longa duração, como a totalidade de uma investigação científica); (b) a clareza sobre o que está em causa num acontecimento; a significância, correlacionada com a relevância de um acontecimento para os potenciais receptores e com a proximidade física e cultural em relação ao acontecimento; (c) a consonância de um acontecimento com aquilo que é esperado acontecer, que leva, por vezes, a aplicarem-se velhos enquadramentos a novas situações; (d) o inesperado e o raro, desde que significativo e consonante com o esperado; (e) a continuidade, no sentido de que os desenvolvimentos de algo que já foi noticiado tendem a ser notícia; (f) o equilíbrio temático do noticiário; a personalização, revelada na capacidade de centrar um acontecimento em pessoas e nas suas acções; (g) a referência a pessoas de elite ou países preponderantes no contexto internacional; (h) a negatividade dos acontecimentos, correlacionada com a tendência para o consenso na definição de acontecimentos como negativos e com o facto de grande parte dos acontecimentos negativos serem também inesperados mas, algo paradoxalmente, consonantes com o esperado. Ericson, Baranek e Chan (1987) destacam outros critérios e, na senda de Galtung e Ruge, mostram que muitas vezes eles operam entrecruzadamente. Por exemplo, o potencial de simplificação da narrativa de um evento correlaciona-se com a clareza do significado deste último e com a sua significância, dependente da proximidade cultural; a dramatização remete para a potencialidade de um acontecimento ser visto como um drama, mas a percepção do limiar de dramaticidade e, consequentemente, de noticiabilidade, subjuga-se, igualmente, à proximidade cultural e ainda à possibilidade de personalização da narrativa; a cobertura em continuação dos desenvolvimentos de acontecimentos anteriores subordina-se à inserção destes em enquadramentos já existentes e familiares (que Galtung e Ruge abordam ao falar da consonância), o que implica a ideia da

"novidade sem mudança" (Phillips, 1976), da "eterna repetição" (Rock, 1973), no sentido de que o que tem valor-notícia é o que é novo na aparência sem o ser na essência, que resulta, quanto a nós, do que afirmámos acima − a matriz cultural dos valores-notícia. Ericson, Baranek e Chan (1987) falam ainda do inesperado como valor-notícia, principalmente quando essa qualidade está associada à negatividade, bem como do critério da infracção ao que é visto como legal e correcto, que, ademais, segundo os autores, confere ao jornalismo um papel de policiamento da sociedade e, normalmente, a tomada de partido dos jornalistas pelos cidadãos enredados nas malhas da burocracia.

Grande parte dos autores que se debruçam sobre a teoria do jornalismo e da notícia desembocam, inevitavelmente, na discussão da noticiabilidade (por exemplo: Alsina, 1993; Traquina, 2002; Ponte, 2002; Wolf, 1987; Gans, 1979; Fishman, 1980; Sousa, 2006; Beltrão, 1960/1992). A investigação sobre valores-notícia e noticiabilidade permitiu perceber, por um lado, que nem todos os critérios de noticiabilidade estão apenas ligados aos acontecimentos, mas também a outros factores do processo jornalístico de produção de informação; por outro lado, que a ênfase em determinados critérios e, por vezes, os próprios critérios, podem variar de empresa para empresa, época para época, etc. (Traquina, 2002: 203), não obrigando a escolhas únicas (Ericson, Baranek e Chan, 1987). Wolf (1987: 173-192) distingue, assim, os critérios (a) substantivos, ligados ao acontecimento, dos critérios (b) relativos ao produto, (c) relativos ao meio, (d) relativos ao público e (e) relativos à concorrência. Traquina (2002: 186-204), por seu turno, segmenta os valores-notícia nos seguintes grupos: (1) os de selecção, intrínsecos ao acontecimento[17] (morte; notoriedade; proximidade; relevância ou importância; novidade; factor tempo – actualidade, cabide noticioso[18]; notabilidade[19]; surpresa; conflito ou controvérsia; e infracção e escândalo); (2) os de selecção contextual, que

[17] Obviamente, depende da existência de uma grelha cultural que permita notabilizar determinado facto e promovê-lo a notícia.

[18] O tempo funciona como cabide noticioso, ou *news peg*, quando é pretexto para determinadas notícias. Por exemplo, o aniversário do PSD pode servir para notícias sobre o PSD.

[19] Para Traquina (2002: 190-191) existem vários registos de notabilidade: a tangibilidade (o acontecimento tem de ser tangível, razão pela qual o jornalismo é orientado para factos delimitáveis e não para problemáticas), o número de pessoas envolvidas ou afectadas, a inversão da normalidade (o homem que morde o cão), o insólito, a falha, o excesso ou escassez de acontecimentos.

actuam no processo de produção das notícias (disponibilidade; equilíbrio do noticiário; potencial de cobertura em imagem; concorrência; dia noticioso[20]); e finalmente (3) os valores-notícia de construção, que actuam sobre a selecção dos elementos do acontecimento que figurarão na notícia (amplificação – hiperbolização do acontecimento e das suas consequências; relevância – capacidade de mostrar como o acontecimento é importante; potencial de personalização; potencial de dramatização; consonância – ou potencialidade de enquadrar um acontecimento em enquadramentos anteriores).

Na nossa análise das *Relações* tentámos aplicar a matriz de pesquisa atrás exposta na apresentação, interpretação e discussão dos dados obtidos, quer na vertente qualitativa, quer na vertente quantitativa dessa análise.

1.2 Análise qualitativa do discurso das *Relações*

Como vimos acima, a análise do discurso pode assumir duas vertentes, ambas empíricas, embora uma talvez menos sistemática do que a outra. Assim sendo, optámos por segmentar a nossa análise das *Relações* de Manuel Severim de Faria em duas abordagens: uma qualitativa e a outra quantitativa. A análise qualitativa do discurso das *Relações* procurou desvelar empiricamente algumas qualidades do discurso desses dispositivos jornalísticos, penetrando nas diversas circunstâncias da sua produção, o que, inevitavelmente, implicou conceder mais atenção ao particular do que ao geral. Procurámos, na abordagem qualitativa ao discurso das *Relações*, responder essencialmente a sete grandes interrogações, que a balizaram (quadro 2):

Quadro 2

Hipóteses e perguntas de investigação balizadoras da análise qualitativa do discurso

Hipótese 1: Tendo em conta que o jornalismo emergente dos séculos XVI e XVII era essencialmente noticioso, também a intenção das *Relações* foi fazer circular notícias.

[20] Os acontecimentos têm mais hipóteses de se tornar notícia se ocorrerem no horizonte temporal de trabalho diário dos jornalistas.

Pergunta de pesquisa 1: Quais os objectivos das *Relações* que podem, directa ou indirectamente, ser determinados por uma análise qualitativa do discurso?
Hipótese 2: As relações reflectem as circunstâncias da época, ao nível dos acontecimentos referenciados, do enquadramento do mundo, do tratamento discursivo dos aliados espanhóis e do Rei (Monarquia Dual), etc. **Pergunta de pesquisa 2:** Quais os ecos do mundo repercutidos nas *Relações*? **Pergunta de pesquisa 3:** Que tratamento discursivo é reservado às elites, nomeadamente ao Rei, e de que forma são representados discursivamente os vários estratos da população? **Pergunta de pesquisa 4:** Como são representados discursivamente os portugueses e os não-portugueses nas *Relações*, nomeadamente os espanhóis? **Pergunta de pesquisa 5:** Quais os enquadramentos subjacentes aos textos? Por exemplo, quais as relações discursivas estabelecidas entre a religião e a construção de sentido para o mundo?
Hipótese 3: Nas *Relações* faz-se uso das formas retóricas clássicas de enunciação de novidades (referir o sujeito, o objecto, o lugar, o tempo, a causa e o modo − cf. Peucer, 1690) e de formas anteriores de organizar o texto, mormente a narração cronológica, comum nas crónicas historiográficas medievais (cf. Lanciani, 1979). **Pergunta de pesquisa 6:** Quais são as estruturas formais e os principais dispositivos retóricos de índole jornalística − ou pré-jornalística − que podem identificar-se nos textos das *Relações*?
Hipótese 4: Há referência a fontes porque estas contribuem para credibilizar o discurso noticioso, e isso já se intuiria no início do século XVII. **Pergunta de pesquisa 7:** Há referência a fontes?

Para facilitar a descrição e interpretação dos dados obtidos, sistematizámo-los em vários itens, sobre os quais discorreremos a seguir. Mais uma vez relembramos, a propósito, que a reedição do primeiro número não foi integrada na análise, por ser quase idêntica à primeira edição (ver apêndices 1 e 2).

1.2.1 A intenção noticiosa das *Relações* e as representações discursivas do mundo

As *Relações* de Manuel Severim de Faria são, essencialmente, um registo de vários acontecimentos ocorridos em Portugal, em Espanha e noutros pontos do mundo, um sumário de notícias de factos independentes e aparentemente esporádicos, não encadeados, mas apresentados em sucessão e, por vezes, analisados, comentados, enquadrados em função da religiosidade e de outros elementos da cultura e conhecimentos da época. No fundo, as *Relações* são, como já várias vezes sublinhámos, uma espécie de historiografia do quotidiano, distinta da construção da História propriamente dita mas já fonte para essa mesma História, em sintonia com o que disse Beltrão sobre o jornalismo (1992: 71).

Em termos de noticiabilidade, e tal como podemos intuir pela observação do quadro 2, as *Relações* não se afastam muito do que encontraríamos em jornais actuais. Há notícias negativas, evocando,

muitas delas, a morte; notícias que destacam o valor-notícia da proximidade; notícias sobre personagens e países de elite; notícias de significado claro para os portugueses do século XVII e consonantes com o esperado; notícias insólitas; notícias sobre desenvolvimentos de assuntos já abordados noutras relações; e notícias fortes em vários critérios de noticiabilidade, etc. São relatados acontecimentos mundanos da corte de Madrid; nascimentos, falecimentos, nomeações e feitos de personalidades importantes; as consequências engraçadas da falta de coches em Lisboa; a fundação da Companhia das Índias e os desenvolvimentos deste processo; as lutas travadas nos domínios ultramarinos de Portugal e no mar; os preparativos para a defesa de Portugal; ocorrências bizarras, como o nascimento de animais deformados; acidentes e catástrofes, como tempestades, naufrágios, inundações, intempéries e desabamentos de habitações; guerras e batalhas travadas por toda a Europa (até porque os Filipes dominavam territórios na Europa central e eram aliados naturais dos Habsburgos alemães que detinham a Coroa do Sacro-Império), etc. Esse facto acentua a dimensão cultural − "intemporal" − da noticiabilidade, a ideia de que há novidade sem mudança (Philips, 1976), apesar de o enquadramento do mundo poder variar face à forma específica com que cada sociedade olha para ele num determinado momento histórico.

Quadro 3

Exemplos de temáticas de notícias nas *Relações*: o enquadramento geral do mundo

Temas enquadrados	Excertos de notícias
Intervenção do sagrado no profano	"só o Mondego se ouve em Coimbra com brandura, guardando-a o favor da Santa Rainha"
Intervenção do sagrado no profano	"Na ilha do Corvo se alcançou este ano uma insigne vitória dos mouriscos de Argel, que com três navios andavam por entre as ilhas em pilhagem, e cuidando fazer algum bom assalto na do Corvo, lançaram em terra 150 soldados (...), mas sendo em terra começaram a chover sobre eles pedradas (...). Quiseram os inimigos reparar este dano debaixo de uma rocha (...), mas foi Deus servido, que um dos de cima lançou uma pedra de notável grandeza, a qual dando na coberta da lapa a levou abaixo e oprimiu com súbita ruína todos quantos nela estavam (...). Esta notável vitória se deve mais atribuir a notório milagre que a obra humana, porque se afirma que depois da peleja se achou um dos nossos espingardeiros com o arrátel de pólvora que lhe dera o capitão inteiro, [apesar] de ter feito com ela três tiros."
Intervenção do sagrado no profano	"foi Deus servido que com ser sítio tão doentio, não adoeceu gente alguma, o que se teve a evidente milagre".
Desejo de ressuscitar a grandeza de Portugal	"Saindo em Junho ao campo de Tânger, o conde de Linhares, Dom Miguel de Noronha, (...) deu (...) com um leão, ao qual arremetendo só matou às lançadas. Foi este caso muito festejado em Portugal, por se ver nele ressuscitada a valentia dos portugueses, que nesta e noutras façanhas igualaram o valor tão celebrado de Hércules, Alexandre e outros de grande fama."
	"Entraram de novo no Conselho de Estado de Portugal Nuno de Mendonça, presidente da Mesa da Consciência, o conde da Ericeira, Dom Diogo de Meneses, e o conde de

Hierarquia social	Santa Cruz. E o mesmo lugar deu Sua Majestade a D. Henrique da Silva, conde de Portalegre, e o fez marquês de Gouveia, e a D. António de Ataíde, conde de Castro d'Aire."
Mundo (natural) perigoso e ameaçador	"Foi este no notável nos temporais, [mas] nos últimos de Agosto houve tão grandes calmas, que não há ninguém que se lembre de coisa semelhante, porque além de naqueles dias o calor ser muito maior, correu um vento tão quente que abrasava tudo, e posto que isto foi universal, fez maior dano na terra de Coimbra, onde morreram algumas pessoas abafadas, e outras estiveram no mesmo perigo, dando a muitas súbitos acidentes, e as ervas do campo, árvores de fruto, vinhas, como costumadas a maior clemência, estão a ficar secas e a perder a folha (...). Daqui nasceu haver depois carestia de carnes, por faltar a erva (...)."
Mundo (natural) perigoso e ameaçador	"Tanto que saíram ao mar (...) que se lhes deu um vento (...), se revolveram numa furiosa tormenta de muitos dias, no último dos quais, que foi a 8 de Janeiro, padeceram um dos mais miseráveis naufrágios que no mar Oceano se tem visto (...). A nau capitânea da Índia perdeu-se na ponta de Bordéus, dela escapando poucas pessoas (...); a almiranta alagou-se em Baiona de França (...)".
Mundo sanguinário povoado de inimigos, ímpios, gentios e hereges	Indo de Malaca para o Japão, o padre Gil de Abreu foi tomado pelos holandeses e morto por eles em ódio da fé (...). No Japão dura ainda a perseguição do tirano contra os católicos, padecendo [o martírio] cada ano grande número deles, entre os quais tiveram esta boa sorte os padres Pêro Paulo e Camilo Constâncio, com dez japoneses, que todos morreram queimados vivos (...)".
Mundo sanguinário / Cristãos novos merecem castigo "com normalidade"	"Acharam-se na terra alguns cristãos novos que estavam lançados com os holandeses, de que se fez justiça, e juntamente de alguns escravos, que eram capitães dos demais (...)".
Mundo sanguinário: os nossos também são capazes de actos sangrentos	"E no Espírito Santo (...) degolaram os nossos 150 holandeses por não perderem a pose em que estão de darem semelhantes castigos aos que se atrevem a desembarcar naquele porto de Nossa Senhora da Vitória".
Propagar o Evangelho e difundir a fé católica é missão de portugueses no mundo	"A pregação do Evangelho também vai próspera nesta conquista [Angola], porque El-Rei Dom Pedro Afonso do Congo antes de falecer levou os padres da Companhia [de Jesus] para uma residência que lhes fez na sua Cidade do Salvador, e D. Garcia Afonso, seu filho, que lhe sucedeu, favorece os mesmos religiosos com a mesma benevolência."
Portugueses condenados a lutar para defesa do território e das conquistas /mundo ameaçador	"Como a principal parte da armada deste Reino estava no Brasil, e se podia recear que os inimigos, movidos desta ocasião, quisessem cometer alguns portos marítimos, mandou Sua Majestade que por todo o Reino se tornassem a levantar as ordenanças antigas da milícia que El-Rei D. Sebastião instituíra, assim de gente de pé como de cavalo, ordenando que o Duque de Bragança, como Condestável, provesse nisto."
Portugueses condenados a lutar para defesa do território e das conquistas /mundo ameaçador	"As vitórias do Brasil [reconquista de Salvador da Baía, tomada pelos holandeses] foram este ano as mas celebradas que tivemos no Reino, pelo grande cabedal que nesta empresa estava metido, da parte dos inimigos e nossa, e dos efeitos que do sucesso dela poderão resultar (...)."
Mundo de oportunidades	"Assentou-se no Conselho de Estado que para remediar as conquistas fora da barra o melhor meio que havia era ordenar em Lisboa uma companhia de comércio, ao modo da que na Holanda fizeram as Províncias rebeldes, na qual fosse toda a mercancia livre e se desse a cada parte a razão da quantia de dinheiro com que entrasse."
Mundo de oportunidades	"Tem El-Rei assentada uma feitoria de lona e treu para velas na Maia, cinco léguas do Porto; outras de linho e cordel em Torre de Moncorvo, Coimbra e Santarém; de enxárcia em Belém; de pólvora, em Barcarena; de estanho, junto de Vila Real, e de ferro a par de Viseu. É esta diligência de grande benefício para a fazenda real, Reino e empresas, porque a El-Rei custam os materiais muito menos, o dinheiro que neles se gastaria fica com os vassalos, e a obra é de (...) melhoria (...)."
Mundo de descobertas que trazem novas oportunidades	"Chegou a alegre e desejada nova do descobrimento do Reino do Tibete, que nós chamamos Cataio, feito pelo padre António de Andrade, da Companhia de Jesus, o qual, da corte do Mogor passou além das fontes do Ganges, sobre cujas ribeiras viu os montes e vales cobertos da variedade das flores que referem os geógrafos gregos e latinos."

Crise implica sacrifícios	"E para terem mais Cavalos, se proibiram os Coches, em Lisboa, e que ninguém os tivesse sem licença de El-Rei, pedido por consulta, e deram-se seis meses para se desfazerem os donos dos que ao presente tinham."
Crise económica	"porque para os gastos era necessário dinheiro, assentou ir fazer cortes ao Reino de Aragão, que o pediam com muita insistência, e receber (...) os donativos ordinários que lhe fazem naquelas províncias (...) para suprimento das despesas da guerra".
Crise económica (orçamental)	"além das rendas reais estarem tão empenhadas, tem o Reino grandes necessidades e Sua Majestade grandes despesas".

Se quisermos definir, no geral, e como indiciado pelos dados do quadro 3, o mundo perspectivado pelas *Relações*, podemos dizer que esse mundo:

- É um mundo de "normalidade" e de "anormalidade" (os jornais contribuem para a definição simbólica do normal e do anormal), cheio de ocorrências habituais e regulares do quotidiano, como as nomeações para cargos políticos e religiosos, os nascimentos e falecimentos, etc.; e de ocorrências que beliscam essa normalidade (catástrofes, conflitos...):

- É um mundo estranho, cheio de ocorrências de difícil interpretação e que causam ao mesmo tempo fascínio, perplexidade, temor e angústia face ao desconhecido, como o nascimento de animais deformados (falar delas seria uma maneira de desvanecer o medo e a estranheza).

- É um mundo de constante intervenção do sagrado no profano, em que as coisas más são, muitas vezes, encaradas como castigos de Deus pelos pecados cometidos ou como testes divinos à fé católica individual e colectiva, enquanto as coisas boas são, frequentemente, atribuídas a milagres. Os enquadramentos explicativos do mundo, profundamente religiosos, eram, inclusivamente, comuns nos relatos noticiosos da época[21], sendo essa a razão para o facto de algumas matérias das *Relações* remeterem para a Bíblia (por exemplo: "o Espírito Santo, no segundo dos Reis cap. 11 diz *Varius enim est eventus belli*") e para as

[21] Podemos ler, para o constatar, as relações de naufrágios coligidas por Bernardo Gomes de Brito na *História Trágico-Marítima*.

doutrinas católicas de interpretação do mundo (por exemplo: "o Papa Bonifácio, advertindo a Igreja dessa verdade, [diz] naquele célebre texto que está no Decreto Dist. 56: *Si gens*...".

• É um mundo socialmente hierarquizado e masculino (Antigo Regime), com o Rei no vértice e elites constituídas por fidalgos, de ânimo guerreiro, e eclesiásticos, que propagam o Evangelho, actividade vista miticamente como missão portuguesa no mundo.

• É um mundo sanguinário e ameaçador (em especial para os portugueses), devido às lutas constantes (principalmente com ingleses, holandeses, turcos, magrebinos e nativos) e ao facto de nele existirem "hereges", "gentios" e "ímpios" que não partilham a fé católica (e que, aliás, para Manuel Severim de Faria merecem os castigos e derrotas que lhes são infligidos).

• É um mundo perigoso, que faz desabar sobre as pessoas intempéries que provocam naufrágios, destroem colheitas, ocasionam inundações, destroem habitações e matam, ferem e desalojam pessoas.

• É um mundo em que os portugueses estão, fatalmente, condenados a lutar, quer devido à aliança com Espanha no seio da Monarquia Dual, quer para defesa dos territórios conquistados, quer ainda para defesa das costas, das pescas, das naus e do comércio intercontinental.

• É um mundo que parece fragmentado, tantas são as notícias diferentes e sobre pessoas e lugares diferente. No entanto, no segundo número das *Relações* já há uma preocupação de categorização racional da informação, feita em função do espaço geográfico em que os acontecimentos relatados tiveram lugar, o que diminui a sensação fragmentação.

- É um mundo que parece caótico, incomodativo, cheio de factores incontroláveis: os inimigos, as guerras, as intempéries, etc. A fragmentação da informação e a ausência de categorização racional das notícias, sobretudo no primeiro número das *Relações*, agudizam a sensação de caos.

- É um mundo em que se sente que o país está em crise e sem rumo, urgindo resgatar a grandeza perdida de Portugal, um tema forte do inconsciente colectivo nacional que se mantém nos nossos dias. (lembre-se, a propósito, que quando as *Relações* foram escritas faltava pouco mais do que uma dezena de anos para a Restauração.)

- É um mundo em que se sentia o mal-estar português, já que Portugal e Espanha atravessavam dificuldades económicas e financeiras, quer porque a Coroa gastava mais do que arrecadava, por causa do esforço de guerra, quer por causa do défice populacional, do atraso económico e das dificuldades agrícolas.

- É, finalmente, um mundo de oportunidades agrícolas, comerciais, industriais e de oportunidades de conquista e descoberta de novos territórios.

É possível asseverar, assim, que a leitura das *Relações* permite aos seus leitores confirmar uma visão do mundo. A representação da realidade do início do século XVII construída discursivamente pelas *Relações* de Manuel Severim de Faria é, simultaneamente, multifacetada e realista, no sentido que dá sinais relevantes e pertinentes do que se passava. Mas também é uma representação da realidade assente no que se conhecia, culturalmente integrada na perspectiva com que na época se olhava para o mundo a partir de Portugal, onde se notam os *arquétipos de sentido* (a intervenção divina, a comunidade em perigo, os heróis e vilões da história, "nós" e "eles"...) que enformavam a

consciência colectiva, a cultura, a forma de olhar para o mundo dos portugueses de Seiscentos. Interpretar o novo tendo como referente o que se conhece leva, porém, a relatos enviesados, conforme se comprova lendo o relato da "descoberta" do Reino do Tibete, desfasado do que o Tibete era e é (o Tibete nunca foi um país católico):

> "Chegou a alegre e desejada nova do descobrimento do Reino de Tibete (...) feito pelo padre António de Andrade, da Companhia de Jesus (...), [que] achou naqueles pontos grandes vestígios de Cristandade, porque reconhecem o mistério da Santíssima Trindade e o da Encarnação, confessando que o filho de Deus se fez homem e morreu, segundo seus cômputos, há mil e seiscentos anos. Veneram a imagem de sua santíssima mãe e são de confissão e água benta. Têm que há inferno onde os maus são atormentados, e há glória para os bons em companhia de Deus. Trazem relicários ao pescoço, escritas dentro certas palavras de seus livros. Os sacerdotes guardam castidade, e alguns vivem como religiosos, porém todos com boa fama e pobreza voluntária. Rezam e cantam nas Igrejas pela manhã e à tarde, usam nelas de pinturas e esculturas de metais ricos. Com este Reino continham outros muitos dos mesmos ritos, que sem dúvida são as províncias em que reinava aquele Príncipe Católico a quem todos os escritores Orientais chamam Preste João (...), o qual foi vencido pelos Tártaros não há muito séculos."

De realçar, em complemento, que a rígida estrutura social de Seiscentos, em que a mobilidade social ascendente era difícil, é simbolicamente reforçada nas *Relações*, podendo-se, em consequência, ver nelas uma dimensão ideológica. Além da deferência registada para com o rei (por exemplo, a nomeação de portugueses para o Conselho de Estado e Conselho de Guerra em Castela levou Severim de Faria a opinar que ela demonstrava o "grande amor que Sua Majestade tem pelos Portugueses"), deve notar-se que os fidalgos e eclesiásticos tendem a ser individualizados no discurso (pelo nome, categoria e/ou cargo, por exemplo: "o senhor Arcebispo Primaz de Espanha,

Dom Afonso Furtado de Mendonça, eleito Arcebispo de Lisboa"), enquanto as figuras do povo são, normalmente, diluídas em substantivos colectivos ("soldados", "mulheres"...). Esta personalização do relato, técnica discursiva corrente no jornalismo, remete para o culto da individualidade e para a noção de individualismo. Além disso, os nobres e, em particular, o Rei, são perspectivados como sendo os que agem com poder para agir, devendo ser seguidos e obedecidos, como ilustram os seguintes excertos:

- "Está ainda com geral aplauso o governo de Portugal, nos condes D. Diogo de Castro e Dom Diogo da Silva (...) aos quais *deu Sua Majestade* por companheiro no governo o senhor Arcebispo Primaz de Espanha, Dom Afonso Furtado de Mendonça." [itálico nosso]

- "reconhecido El-Rei de tão grande mercê, *ordenou* que em todas as províncias de Espanha de dessem graças públicas." [itálico nosso]

- Em Málaga desembarcaram, dos nossos, o Conde de Tarouca, Dom Lopo da Cunha, Senhor de Santar, João da Silva Tello, Dom Francisco de Faro, filho do Conde de Faro e outros fidalgos, que (...) souberam como Cádis estava cercada de Armada Inglesa, e logo lá se foram (...) onde assistiram até a retirada do inimigo (...) Quando os nossos chegaram ao Reino, acharam que Sua Majestade (...) por estar informado do valor com que os portugueses *o serviram* nesta ocasião (...), mandava que a cada um se desse o que tivesse da Coroa (...) porque queria que soubessem os Portugueses que, para lhes fazer mercês, não queria dessem mais passos que os dados em seu socorro. Magnificência tão grandiosa, que igualmente recompensou o ânimo desinteressado com que a nobreza deste Reino se embarcou, para esta jornada, sem nenhum pedir satisfação alguma, *e a que todos fervorosamente se empreguem no socorro de Príncipe que tanto se lembra de quem o serve*."

Destaque-se que o carácter ameaçador do mundo é reforçado pela grande quantidade de matérias em que os vários "nós" (portugueses; portugueses e seus aliados; católicos...) se opõem aos vários "eles" (espanhóis, inimigos vários, nomeadamente ingleses, holandeses e magrebinos; protestantes e membros de confissões não católicas...). Não há assim a definição simbólica de uma única comunidade, mas de várias comunidades entrecruzadas, desenhadas discursivamente por oposição às restantes.

Embora, surpreendentemente, os inimigos sejam, quase sempre, apenas referidos ou pelo próprio substantivo "inimigos" ou pelo substantivo da respectiva nacionalidade ("holandeses", "ingleses", "turcos"...), sem adjectivação, por vezes os vários "outros" são vilipendiados ou menosprezados (observe-se, por exemplo, o seguinte excerto: "Ainda que as coisas da Berbéria não dão cuidado pela diluição daqueles príncipes bárbaros (...)"). Os vários "nós", ao contrário, são, habitualmente, enaltecidos, representados como heróis ou vítimas. Há, no entanto, excepções, por exemplo:

- Quando os holandeses tomaram a Baía, os portugueses fugiram, sendo apresentados realisticamente como cobardes: "E chegou tanto o medo da gente e soldados, que largando as armas fugiram para os matos (...) ficando o governador só com quinze ou dez homens fiéis").

- À luz de uma interpretação contemporânea, os "nossos" também eram capazes de actos vis. Por exemplo, o desprezo pelos escravos e o anti-semitismo e de Manuel Severim de Faria, bem inseridos dentro do contexto da época, ficam bem demonstrados com a naturalidade com que encara o assassinato de cristãos novos e escravos que combateram com os holandeses na Baía: "Acharam-se na terra alguns cristãos novos que estavam lançados com os holandeses, de que se fez justiça, e juntamente de alguns escravos, que eram capitães dos demais (...)". Noutro exemplo, a morte de 150 holandeses, dos que

tentavam invadir o Brasil, às mãos dos portugueses, também não surpreende o chantre da Sé de Évora: "E no Espírito Santo (...) degolaram os nossos 150 holandeses para não perderem a pose em que estão de dar semelhantes castigos aos que se atrevem a desembarcar naquele porto de Nossa Senhora da Vitória".

Globalmente, pode, pois, dizer-se que a orientação discursiva das *Relações* reforça, como dissemos, a noção da existência de comunidades individualizadas, *distintas das demais por oposição às demais*, mas em vários casos entrecruzadas:

- Há, em primeiro lugar, a comunidade nacional, o país, o Reino, Portugal, Portugal e suas conquistas, que as *Relações* tratam sempre individualmente, vincando bem a sua separação de Espanha, pese embora a Monarquia Dual. A comunidade portuguesa é, inclusivamente, apresentada sob a perspectiva de uma *comunidade em perigo*, em luta pela sobrevivência, ou mesmo pelo triunfo, entre tantos adversários e inimigos, e que por vezes é obrigada a aliar-se mesmo com estranhos, como os chineses: "Com os chinas estão os nossos em grande amizade, porque vendo El-Rei [o imperador da China] a liberalidade com que de Macau o socorreram para a guerra dos tártaros (...), agradecido deu privilégio aos moradores de Macau de naturais da China e licença para se fortificarem contra os *holandeses*, e os declarou juntamente por *inimigos*".

- Há, depois, a comunidade mais alargada de Portugal e de Espanha, países que vivem como aliados sob o mesmo soberano. Apesar da situação aflitiva vivida pelo país, o tom das *Relações* de Manuel Severim de Faria não é crítico para com Espanha, nem para com os espanhóis e muito menos para com o soberano, sempre tratado com deferência. Pelo contrário, Espanha e as suas comunidades (são referidas nas *Relações*: Galiza, Aragão,

Catalunha, Valência...) são vistas como aliadas por pertencerem à mesma Coroa de Portugal. Os constrangimentos à imprensa certamente não seriam estranhos a essa situação.

• Há, ainda, a consciência de que existe uma comunidade católica, transnacional (por exemplo, mesmo quando Manuel Severim de Faria se refere aos ingleses, lembrando como a Igreja os condena como fracos, naturalmente vis e instáveis, relembra que há entre eles "pessoas muito católicas e de consideração"). A comunidade católica opõe-se, em particular, a protestantes e membros de outras confissões religiosas, ou seja, aos "hereges", "ímpios", "gentios" ou mesmo "cristãos novos", entre outras designações empregues por Manuel Severim de Faria.

• Em último lugar, passa pelas *Relações* a noção de Europa, da existência de uma comunidade europeia, de uma identidade europeia, assente no cristianismo, na ideia medieva da *República Cristã*, onde todos os cristãos europeus têm lugar, apesar das guerras e rivalidades entre países.

Para ilustrar o que atrás foi afirmado, observem-se os seguintes excertos de textos (itálicos nossos) no quadro 4:

Quadro 4

Exemplos de excertos discursivos reveladores da noção de comunidades opostas às demais e em perigo

• "Está ainda com geral aplauso *o governo de Portugal*".
• "Entraram (...) no *Conselho de Estado de Portugal*".
• "A fertilidade destes dois anos mostrou (...) que (...) se podia *sustentar o Reino*".
• "Como a principal parte da *armada deste Reino* estava no Brasil (...)."
• "O grande poder da armada inglesa (...) obrigou a fortificar Cascais".
• "(...) e ameaçando por toda a parte *guerra a Espanha* (...)."
• "(...) chegando [a armada inglesa] *à costa de Espanha mandaram* (...) *saber da fortificação de Lisboa*".
• "(...) ficando somente em Cascais e Setúbal gente da *armada castelhana*".
• "(...) conservou *O Reino* livre dos trabalhos que os *vizinhos* padeceram".
• "Os receios da gente armada de Inglaterra fizeram prevenir todas as *nossas fronteiras de África*".
• "No Japão dura ainda a perseguição *do tirano contra os católicos*, padecendo [o martírio] cada ano grande número, entre os quais tiveram esta boa sorte os padres Pêro Paulo e Camilo Constâncio, com dez japoneses, que todos morreram queimados vivos (...)".

• "As vitórias no *Brasil* foram este ano as mais celebradas que tivemos no *Reino*".
• "Chegou Dom Fradique com a *armada castelhana*".
• "E mandou fazer um armazém (...) como o melhor da *Europa*".
• "Não quis D. Fradrique *mandar aquartelar os portugueses senão misturados com os castelhanos*, e assim *houve entre todos grande paz e amizade*, a que ajudou o rigor com que D. Fradrique mandou enforcar a um (...) que arrancou uma faca para um português" [esta passagem demonstra, também, a difícil convivência entre portugueses e espanhóis].
• "Indo de Malaca para o Japão, o padre Gil de Abreu foi tomado pelos *holandeses* e morto por *eles* em *ódio da fé*".
• "Com estas condições, renderam [os holandeses] a cidade (...) onde entraram logo os *soldados castelhanos*, *que tiveram menos sofrimento*. Porém, os *portugueses* (...) *estiveram em firme obediência três dias (...) e assim ficaram sem participar do saque*".
• "(...) o governador Francisco Coelho se houve com eles com tanto valor que efectuou o trabalho a D. Fradique, pois, vencendo ao inimigo em várias escaramuças, o constrangeu a retirar a frota, com muitos mortos (...), ganhando sem perder soldado uma gloriosa vitória de inimigo tão poderoso (...). Outra assinalável vitória tiveram os nossos dos holandeses na capitania do Espírito Santo, que se pode ter por milagrosa, vista a desigualdade das armas e gente em que os nossos eram inferiores aos inimigos" [neste caso, engrandece-se o inimigo para melhor vincar a superioridade portuguesa].
• "Em Junho se levantaram alguns cativos portugueses com um navio de Argel e mataram os turcos com bravo ânimo e ventura, sendo desiguais no número e em armas" [engrandecimento do feito].
"Os poucos que escaparam deste naufrágio não acharam igual acolhimento nos franceses, porque os *hereges* do território de La Rochelle esperaram na praia armados aos náufragos, para lhes tirarem do pescoço, ou cinta, alguma peça, se com ela escapavam das ondas (mal pode entrar a piedade dos *ímpios*), e assim muitos dos *nossos* despidos nas praias pereceram ao frio."
• "Mas vendo os *nossos negros* que os inimigos eram mais, puseram-se logo em fuga (...). Ficou a Rainha [Zinga, de Angola] tão soberba (...) que ameaçava maiores coisas, e como aqueles *bárbaros* são inconstantes e amigos de novidades [lutas], muitos sobas se mostravam já neutrais" [neste excerto, os negros angolanos são vistos como bárbaros mas potenciais aliados e até como uma espécie de bem que pode ser possuído].

Finalmente, é de salientar que a impressão das *Relações* obrigou à obtenção prévia de licenças de impressão e implicou a censura dos exemplares. Poder-se-ia pensar que essa seria uma das razões para as *Relações* não beliscarem a estrutura social. Propomos, porém, uma leitura diferente, pois a forma impressa das *Relações* não se afasta significativamente da forma manuscrita. A nossa interpretação é a de que as *Relações* reflectem a forma como as elites portuguesas, de que Manuel Severim de Faria, não o esqueçamos, fazia parte, olhavam para o mundo. Daí que nem sequer o empolamento discursivo enaltecedor de Portugal e da sua individualidade como Reino tenha feito descer o lápis do censor sobre as *Relações* impressas de Manuel Severim de Faria.

1.2.1.1 Os títulos das *Relações*

Os títulos das *Relações* (*Relação Universal do Que Sucedeu em Portugal e Mais Províncias do Ocidente e Oriente, de Março de 625 Até Todo Setembro de 626. Contém Muitas Particularidades e*

Curiosidades; *Relação do Que Sucedeu em Portugal e Nas Mais Províncias do Ocidente e Oriente Desde Março de 1626 Até Agosto de 1627*) e são o primeiro indício de que a intenção do autor é *relatar o que sucedeu*, em suma, informar.

Embora os títulos variem ligeiramente do primeiro para o segundo número (*Relação Universal*, a primeira; apenas *Relação*, a segunda), há uma certa constância entre eles, como sucederia hoje em dia com a denominação de um jornal. No primeiro, a referência ao facto de a *Relação* conter "muitas particularidades e curiosidades" pode corresponder a uma estratégia "de marketing antes do marketing". A publicitação dessa mais-valia das *Relações* destinar-se-ia a seduzir o leitor para os conteúdos, a namorar o potencial comprador para a compra do jornal. A promessa de *contrato com o leitor* sugerida pelo título seria assim não apenas a de oferecer ao leitor um relato dos principais acontecimentos ocorridos num determinado período de tempo, mas também a de oferecer, nesse contexto, pormenores informativos relevantes e mesmo curiosidades, talvez mais interessantes do que importantes. Assim, a promessa das relações, em particular no primeiro número, é − de acordo com o que é sugerido pelo título do primeiro número − aglutinar o *interesse* à *informação*.

1.2.1.2 A revelação das intenções do autor

Já atrás se disse que as *Relações* foram escritas sob a forma de cartas, porque isso faria sentido à luz da cultura da época (o hábito de relatar por escrito as novidades é, aliás, um traço indissociável da nossa matriz cultural greco-latina). Desse modo, as introduções epistolares das *Relações* também documentam que a ambição do autor é, fundamentalmente, informar do que sucedeu, conforme podemos notar no quadro 5.

Quadro 5

Introduções epistolares nas *Relações*

1º número	**2º número**
"Pede-me vossa mercê *novas* do Reino, Corte e Mundo, dizendo que todas elas vêm parar nesta cidade	"Mandou-me v. m. que (...) corresponda à sua curiosidade e gosto, *apontando* (...) *todas as novas dos*

de Lisboa (...). Brevemente aponto as que pude alcançar(...).” [itálico nosso]	*sucessos deste ano*, vindas a esta grande cidade de Lisboa (...).” [itálico nosso]

O quadro 3 evidencia, de facto, que o objectivo de Manuel Severim de Faria, correspondendo aos desejos do seu correspondente, é *contar as novidades que afluíam a Lisboa* de todo o lado, em suma, *dar notícias*, *informar*. Interessantemente, o autor também revela, nessas passagens, que recolheu a informação em Lisboa, onde estaria nessa época. Finalmente, na segunda relação Severim de Faria explicita que mantinha correspondência regular com o destinatário principal do segundo número das *Relações*, indiciando que muitas notícias circulavam, na época, através de redes de correspondentes, quiçá com maior liberdade do que nos meios impressos.

Apesar da notória vontade informativa, Manuel Severim de Faria não resiste, também, a demonstrar a sua erudição clássica, bíblica e eclesiástica (quadro 6), numa época em que, note-se, o latim era a língua franca das elites europeias e da liturgia católica:

Quadro 6

Exemplos de manifestações de erudição do autor nas *Relações*

1º número	**2º número**
[Sobre os ingleses] “(...) mostrando sua (...) vileza natural e instabilidade moral, mostrou o Papa Bonifácio advertindo a Igreja desta verdade naquele célebre texto que está no Decreto Dist. 56 cap. *Si gens Anglorum ficut per istas* [segue-se longa citação em latim] (...) *Deo amabilem et se venturam etc.*” São estas as palavras do Sumo Pontífice de tanto peso, que em cada uma delas tem-se muito que ponderar acerca desta nação (...).	“(...) foram pedir alviçaras ao Imperador, o qual (...) deu graças a Deus dizendo como outro Semeão *Nune demittis et uum tuum Domine etc.*”
“E o Espírito Santo diz no segundo dos Reis, cap. II *Variun enim est eventus belli*. Na guerra, quando tendes a vitória por mais segura e certa, achais, por juízo de Deus e castigo Seu a pecados, com ela perdida e desbaratados (...).”	
“(...) cuidando o conde (...) que tinha nesta ilha a fortuna dos Cipiões em Cartago.”	

Finalmente, conforme se constata pela observação do quadro 7, Manuel Severim de Faria procura analisar e opinar sobre a situação vivida, além de também intervir (tal como já notámos no quadro 3) no enquadramento religioso do mundo:

Quadro 7

Exemplos de enquadramentos opinativos e analíticos

Opinião laudatória político-social	"Está (...) com *geral aplauso* o Governo de Portugal nos condes D. Diogo de Castro e Dom Diogo da Silva, *a cujo zelo e diligência se deve grande parte dos bons sucessos deste ano*." [itálico nosso]
Opinião laudatória político-social	"Em Castela, foi promovido no Conselho de Estado de Espanha (...) Dom Duarte, irmão do Duque de Bragança (...), *demonstração grande do amor que Sua Majestade tem aos portugueses, pois não só os escolhe para o governo de sua Real Casa mas ainda para o supremo de sua Monarquia.*" [itálico nosso]
Opinião laudatória social	"No estado eclesiástico, vagou o Arcebispado de Lisboa, aos 30 de Junho, por falecimento do Senhor Dom Miguel de Castro, *varão que nas virtudes e caridade, piedade, pureza e temperança se pode comparar aos padres da primitiva Igreja.*" [itálico nosso]
Análise sócio-económica	"*A fertilidades destes dois anos mostrou claramente que sem vir de fora pão se podia sustentar o Reino, e porque o cuidado da sua agricultura é grande parte da abundância*, mandou Sua Majestade renovar a lei de El-Rei Dom Fernando, ordenando aos corregedores que, por conta das câmaras, fizessem lavrar todas as herdades que estivessem sem lavrador, para que a avareza dos donos não fosse causa da esterilidade da terra."
Análise militar	"(...) se alojaram os fidalgos pelas casas dos arrabaldes, fazendo cada um a gentileza de ficar mais perto da artilharia inimiga, *excesso grande, em que deve acudir o general com muito rigor, pelo manifesto perigo em que se põem muitas vezes as pessoas de maior importância no campo, perdendo infrutiferamente as vidas* (...). Deste modo recuperámos a Baía, e alcançaremos sempre semelhantes vitórias *se se proceder da nossa parte com boa ordem militar, no assentar dos quartéis, fazer das trincheiras, na destreza dos artilheiros, sobretudo na obediência dos soldados*."
Análise aos procedimentos tomados após um naufrágio [os naufrágios eram vulgares]	"Soube-se (...) da miserável perdição do galeão São João na costa do Natal, do qual saindo em terra mais de trezentas pessoas chegaram a Moçambique menos de vinte. *Tende por certo que a causa de tão grande mortandade foi a errada resolução que tomaram fazendo o caminho ao longo da praia, coisa que tem custado muito aos nossos, porque as praias não são mais do que areias estéreis, ou penhascos vivos, faltos de fontes e cheios de ribeiras salgadas e inundáveis, por já crescidas se comunicarem com o mar, pelo que a fome, os rios, a aspereza dos caminhos são bastantes para consumir a todos*, o que entendeu bem Nuno Velho, quando se perdeu no galeão Santo Alberto e fez viagem pela terra dentro e trouxe sempre a gente sã e farta até chegar prosperamente a Moçambique."
Análise crítica à maneira descuidada de ser e proceder dos portugueses e preocupação pela reputação colectiva do Reino	"Este abominável descuido [inexistência de armas] com que os portugueses vivem fora da barra, com tanta segurança como se estivessem no sertão de Portugal, os tem muitas vezes trazido às maiores misérias do mundo, pois pelejando sem armas com inimigos armados, forçosamente hão-de ser vencidos ou escapar por milagre do Céu, e assim perdem as fazendas e liberdade, não por falta de valor, mas de instrumentos de sua defesa, nos quais se empregassem uma pequena parte do que empregam em outras mercadorias, não perderiam tudo para poupar um pouco, e o que pior é, [não perderíamos] a honra e reputação do (...) Reino."
Enquadramento religioso directo (pecado/castigo)	"Porém, os que ainda continuaram sentiram rigorosamente o castigo, e *Portugal e suas conquistas não menos favores do Céu que juízos para sua emenda*."
Enquadramento religioso directo (pecado/castigo)	"*Alto e profundo é o juízo de Deus (...) pelo que podemos dizer piamente que estas mortes não foram menos prémio dos que as padeceram que castigo deste Reino.*"
Enquadramento religioso directo	"*Foi mercê particular que Nossa Senhora quis fazer a este Reino, em recompensa de tantos trabalhos passados.*"
Enquadramento religioso indirecto	"Em Junho levantaram alguns cativos portugueses com um navio de Argel e matando os turcos, com bravo ânimo e ventura, sendo desiguais no número e sem armas, entraram com o baixel em Lisboa, que era de grande porte, e *reconhecendo a felicidade deste sucesso à Nossa Senhora, foram em procissão à Sua casa de Penha de França* que está na mesma cidade, onde por troféu deixaram a bandeira turca."
Enquadramento mítico	"*As causas superiores destes excessos* [instabilidade do clima] causaram também, nos animais, monstruosos partos; qual, entre outros, foi o de uma Ovelha que, em Barcarena, como me contaram pessoas dignas de crédito, pariu um anho com pele de cabra e unha de águia, tendo no rosto um só olho, de grandeza de uma laranja, e debaixo dele outra unha de águia."

Os dados do quadro 7 reforçam a ideia de que apesar da intenção noticiosa e da rede de facticidade em torno da qual se desenham as notícias (ver, por exemplo, quadros 8 e 9), Manuel Severim de Faria deixa-se, por vezes, envolver com o objecto do discurso, propondo enquadramentos para o mundo. A imposição de enquadramentos aos discursos determina grelhas de leitura que revelam as percepções de Manuel Severim de Faria sobre o mundo e, em especial, sobre o país, que o autor quer transmitir ao leitor para que este as comungue com ele. As grelhas de leitura do mundo propostas por Severim de Faria apontam, por outro lado, para as possíveis circunstâncias de produção do discurso (por exemplo, os elogios ao Rei, aos governantes e aos eclesiásticos podem ter resultado quer da rede de cumplicidades entre as elites, de que Severim de Faria fazia parte, quer também do peculiar contexto da época).

Identicamente, podemos observar no quadro 7 que os enquadramentos discursivos patentes nas *Relações* de Severim de Faria têm várias modalidades. Há meras opiniões, essencialmente subjectivas, mas também há análises, mais "objectivas" (supremacia do objecto sobre o sujeito) na apreciação da realidade, relacionadas com os mais diversos assuntos, como sejam o julgamento político, a vida social, os acontecimentos militares, os frequentes naufrágios, a conjuntura sócio-económica, etc. Podemos, assim, fazer uma distinção subtil entre opinião (juízo fundamentado numa percepção essencialmente pessoal dos problemas) e análise (correlação de dados, juízo fundamentado empiricamente) na obra do chantre da Sé de Évora. Porém, nas *Relações* abundam, sobretudo, os enquadramentos que dão conta da profunda religiosidade católica que na época marcava a cultura portuguesa e as consequentes visões do mundo, sejam eles directos (visão de Manuel Severim de Faria sobre as coisas) ou indirectos (perspectivas de terceiros relatadas por Manuel Severim de Faria). As propostas de leitura religiosa do mundo cruzam-se, aliás, muitas vezes, com juízos de natureza eminentemente social ou outra.

Em conclusão, é possível sublinhar que faria parte das intenções de Manuel Severim de Faria, ainda que não directamente formuladas, intervir na discussão sobre os rumos que o Reino levava, antecipando, de certa forma, a transferência da *voz da razão* e da *opinião* para os jornais, algo que

se viria a fazer sentir com particular acutilância a partir da aparição da imprensa política de partido (*party press*), entre o final do século XVII e o princípio do século XVIII. Nesse sentido, podemos ver em Manuel Severim de Faria um *opinion maker*, embora a uma escala limitada, proporcional às limitadas tiragens dos jornais impressos da época. Por outro lado, funcionando como "jornalista-analista", Manuel Severim de Faria antecipa em vários séculos uma tendência do jornalismo especializado contemporâneo (cf. Pinto, 1997).

1.2.1.3 O conteúdo das *Relações*: notícias

O principal registo da ambição informativa e noticiosa das *Relações* é, de qualquer modo, o seu conteúdo, manifestamente noticioso, conforme podemos observar pela recolha de alguns exemplos de notícias das duas *Relações* no quadro 8:

Quadro 8

Exemplos de notícias nas *Relações*

1º número	2º número
Entraram de novo no Conselho de Estado de Portugal Nuno de Mendonça, presidente da Mesa da Consciência, o Conde da Ericeira, D. Diogo de Meneses, e o Conde de Santa Cruz. O mesmo lugar deu Sua Majestade a D. Henrique da Silva, Conde de Portalegre, e o fez Marquês de Gouveia, e a D. António de Ataíde, Conde de Castro d'Aire."	"Em Abril de 1626, alcançou o governador D. Diogo de Castro licença para ir a seus negócios particulares à Corte, conservando o título de governador e foi bem recebido e ouvido de S. Majestade, e continua em Madrid até ao presente."
"Faleceu, em Março de 1625, D. Jerónimo de Azevedo, Vice-Rei que foi da Índia, na prisão do castelo de Lisboa."	"Em Junho se levantaram alguns cativos portugueses com um navio de Argel, e matando os turcos, com bravo ânimo e ventura, sendo desiguais no número, e sem armas, entraram com o baixel em Lisboa, que era de grande porte, e reconhecendo a felicidade deste sucesso à nossa Senhora, foram em procissão à sua casa de Penha de França, que está na mesma cidade, onde por troféu deixaram a bandeira turca."
"A 21 de Novembro de 1625, na corte de Madrid, pariu a Rainha Nossa Senhora uma filha."	Está nomeado para governador da ilha da Madeira D. Francisco de Sousa; para a ilha de S. Miguel, D. Rodrigo Lobo; para Cabo Verde, João Pereira Corte Real, que no ano passado veio por capitão-mor das naus da Índia."
"No mês de Agosto deste presente ano de 1626, foi Nosso Senhor servido de dar ao Exército Católico da Alemanha e ao seu general, o valoroso Conde de Tilly, uma notável vitória [a de Lutter] contra o Rei da Dinamarca [Cristiano IV]".	"Na Frísia se perdeu a cidade de Grol, que os inimigos de Espanha tomaram por cerco, com condições honestas pelos nossos lhe não puderem acudir, por mais que o tentassem."

Os dados do quadro 8 suportam, de facto, a ideia de que as *Relações* eram essencialmente noticiosas, tendo por máxima ambição propagar notícias. Aliás, apesar dos excertos que propõem enquadramentos religiosos, míticos ou outros às notícias e do estilo, diferente do actual, as matérias noticiosas das *Relações* tendem a estruturar-se, tal como as actuais, com base numa rede de facticidade (Tuchman, 1978), conforme podemos observar em duas notícias inseridas no quadro 8. É possível, assim, afirmar que já no século XVII os noticiaristas procuravam reflectir o mais fielmente possível a realidade nas notícias, apresentando factos em sucessão nos relatos noticiosos, o que evidencia que este traço da cultura profissional dos jornalistas tem raízes históricas profundas.

Quadro 9

Rede de facticidade em notícias das *Relações*

Facto	Exemplo de notícia do 1º número	Exemplo de notícia do 2º número
1	Entraram de novo no Conselho de Estado de Portugal Nuno de Mendonça, presidente da Mesa da Consciência, o conde da Ericeira, D. Diogo de Meneses, e o Conde de Santa Cruz, e o mesmo lugar deu Sua Majestade a D. Henrique da Silva, Conde de Portalegre	Em Abril de 1626, alcançou o governador D. Diogo de Castro licença para ir a seus negócios particulares à Corte, conservando o título de governador
2	e o fez marquês de Gouveia	(...) e continua em Madrid até ao presente.
3	e a D. António de Ataíde, conde de Castro d'Aire (...).	Entretanto, ficou governando o conde D. Diogo da Silva até que em Setembro chegou o Senhor Arcebispo então eleito de Lisboa, D. Afonso Furtado de Mendonça, a quem Sua Majestade tinha nomeado por governador.
4	Atentou-se no Conselho de Estado que, para remediar as conquistas fora da barra, o melhor meio que havia era ordenar em Lisboa uma companhia de comércio ao modo da que em Holanda fizeram as Províncias rebeldes, na qual fosse toda a mercância livre e se desse a cada parte a razão da quantia de dinheiro com que entrasse.	Continuou o conde D. Diogo da Silva no governo até 6 de Abril de 1627,
5	E que esta companhia mandasse as frotas à Índia, Guiné e Brasil, e que pagando somente Sua Majestade seus direitos, os lugares nas naus, os fretes, as tomadias, e tudo o mais que resultasse do comércio ficasse das partes.	em que as naus saíram barra fora,
6	E que o governo da companhia consistisse no Presidente da Câmara de Lisboa e seus vereadores, com mais quatro deputados, dois fidalgos e dois homens de negócio.	e no mesmo dia retirou (...) a Loures, onde esteve alguns dias no mosteiro dos Capuchos da Arrábida, da Ordem de São Francisco.
7	E porque para isso era necessário grande cabedal, mandou Sua Majestade três ministros seus (...) pelo Reino, com cartas a todas as câmaras, em que lhes pedia que contribuíssem para este efeito.	E daí foi para Condeixa, junto a Coimbra.
8	E posto que desta diligência se tem consignado passante de trezentos mil cruzados, contudo	Não puderam acabar com o conde rogos de amigos, nem de parentes, nem outros maiores,

	ainda não se acaba de concluir esta obra (...).	que não deixasse o governo.

O quadro 9 mostra-nos, ainda, que o estilo das *Relações* é, essencialmente, o de um realismo antes do Realismo, onde é claro o efeito do real sobre a narrativa, ou seja, a intenção de representar fielmente a realidade nos textos, sobrepondo-a às subjectividades dos diferentes leitores.

1.2.2 Dispositivos jornalísticos nas *Relações*

As *Relações* são jornais rudimentares, pelo que não podem ser avaliados da forma como avaliaríamos um jornal contemporâneo. Por exemplo, por vezes nota-se uma certa mistura de assuntos nos relatos, mais própria do género epistolar do que do jornalismo, de uma lógica mais decorrente da exposição directa dos assuntos em que o enunciador vai pensando enquanto escreve do que na sistematização da informação. É o que acontece, por exemplo, quando Manuel Severim de Faria relata que o poder da armada inglesa levou a fortificar Cascais e juntar uma armada de 50 navios em Lisboa; seguidamente, passa para o relato da situação em Itália, invadida por forças inimigas; depois, relembra que os franceses capturaram dinheiro do Rei, que retaliou mandando confiscar bens de ingleses e franceses que estavam em Espanha, para depois os devolver aos respectivos donos; e só então volta ao tema da armada inglesa. De qualquer maneira, pode afirmar-se que há uma evolução conceptual do primeiro para o segundo número das *Relações*, pois este último apresenta uma estrutura informativa mais segmentada, com separação das notícias por países, constituindo, portanto, uma proposta de categorização da informação (e do mundo...) antes mesmo do aparecimento das secções temáticas regulares nos jornais.

Normalmente, o estilo de Manuel Severim de Faria é directo e depurado, parecido com o estilo jornalístico dominante na actualidade, sem grandes adornos gongóricos e próprio de um noticiarista e historiógrafo. No entanto, em várias passagens ele recorre a juízos e a figuras de estilo, em especial a metáforas (por exemplo: “os mensageiros do Evangelho são aqueles anjos ligeiros que

vão como nuvens e podem todas as coisas Naquele que os conforta"), comparações (por exemplo: "todos se mostrarão tão destros como soldados velhos") e hipérboles (são abundantes as referências a actos piíssimos, como "cartas piíssimas"). São comuns, igualmente, as qualificações, materializadas, por exemplo, não só nos excertos analíticos e opinativos, mas também no uso frequente de adjectivos ("*encantados* carros"...) e advérbios ("(...) *resolutamente* a [lei] mandou Sua Majestade executar"...), o que afasta um pouco o tom do texto daquilo que encontraríamos no jornalismo contemporâneo. Não é que no jornalismo actual não se utilizem, amiúde, figuras de estilo, adjectivos e advérbios para qualificar e plastificar os textos (Sousa, 2005), mas não com a intensidade e frequência com que Manuel Severim de Faria o faz.

O humor também é uma opção estilística que aproxima Severim de Faria da contemporaneidade jornalística. Por exemplo, quando fala da consequência das Leis Sumptuárias (lei contra os coches), conta o autor:

> "A lei contra os coches e mulas que o ano passado se tinha publicado esteve suspensa com várias réplicas da cidade e governo até Novembro deste ano de 1626, no qual resolutamente a mandou executar. Sentiu-se com ela grande novidade em Lisboa, assim pela falta dos coches quer porque apareceram muitos homens em público, que até então não se conheciam por andarem sempre (...) escondidos naqueles encantados carros. Espera-se que por este meio (...) tornem a ser prezados os exercícios de cavalo, com cuja falta a nobreza se cria efeminadamente."

Às vezes notam-se imprecisões no relato. Por exemplo, quando nos fala da defesa da Baía e relata a fuga dos portugueses perante o avanço dos holandeses, Severim de Faria (que não observou directamente os acontecimentos) refere que com o governador apenas ficaram "quinze ou dez homens". No entanto, essas imprecisões dever-se-ão à inexistência de informações rigorosas e fidedignas e não a qualquer vontade do enunciador de obscurecer propositadamente a informação,

pois, como já mostrámos acima (quadro 8), Manuel Severim de Faria tende, principalmente, a relatar factos, secamente, com intenção de verdade e com o rigor possível.

De facto, Manuel Severim de Faria é, predominantemente, um noticiarista, pelo que podemos distinguir nas *Relações* essencialmente dois géneros jornalísticos: notícias curtas e notícias desenvolvidas.

As notícias curtas das *Relações* apresentam apenas o essencial da informação. Essencialmente, como mandam as regras clássicas da retórica, procuram informar sobre sujeito, objecto, lugar, tempo, causa e modo (Peucer, 1690), opção que, com outras denominações, o jornalismo contemporâneo cunhou ao propor que as notícias respondam a "quem?", "o quê?", "onde?", "quando?", "porquê?" e "como?". Porém, nas *Relações* algumas notícias eram tão curtas, como um *flash* informativo, que nem sequer respondiam a todas essas interrogações:

Exemplo de notícia curta

Em 31 de Julho de 627 levou Nosso Senhor para si a Infanta Nossa Senhora.

De facto, no exemplo anterior, a notícia é tão curta que apenas se enunciam as circunstâncias relativas ao sujeito (a Infanta), ao objecto (morreu) e ao tempo (31 de Julho de 1627). Presumivelmente, Manuel Severim de Faria pressupõe que o leitor saberia onde a Infanta teria morrido (Madrid), pois no seio de uma determinada cultura, numa determinada época, há elementos que os interlocutores pressupõem ser do *conhecimento comum* e que, portanto, tendem a ser amputados de uma troca de informações. Note-se, por outro lado, o eufemismo sobre a morte ("levou Nosso Senhor para si"), que contribui para documentar o carácter figurativo da enunciação, recurso retórico a que Manuel Severim de Faria recorre amiúde e ao qual já aludimos.

Nas notícias desenvolvidas, ao contrário, normalmente são dadas respostas a todas as diferentes "questões jornalísticas". Por exemplo, na notícia seguinte responde-se a "quem?" (Rei, sempre tratado com especial reverência e deferência, e outros intervenientes, nomeadamente personagens

das elites), "o quê?" (viagem real), "quando?" (entre Janeiro e Março de 1626), "onde?" (de Madrid a Barcelona, passando por vários outros locais), "como?" (as vicissitudes da viagem) e "porquê?" (para celebrar Cortes em várias comunidades de Espanha):

Exemplo de notícia desenvolvida ("reportagem")

Partiu a Católica e Real Majestade de El-Rei Nosso Senhor (este ano de 1626) de Madrid, em Janeiro, aforrado e com pressa, para Aragão, fez cortes aos aragoneses, em Barbastro, e enquanto não se concluíram, ficou presidindo nelas o Conde de Monterrey. Aos Valêncianos as celebrou em Monzón, e acabadas, um sábado, vinte e um de Março deste presente ano de 1626, partiu de Monzón, tomando o caminho de Balaguer, Cidade de Catalunha. Nos limites desta e de Valência o esperavam o Bispo de Barcelona, Dom João Sentis, Vice-Rei, e Capitão General daquele estado, com outros Prelados, e títulos. Chegou Sua Majestade de noite a Balaguer, e a essa hora foi visitar a imagem do Santo Crucifixo, que é de muita devoção, e está em um convento de religiosas. O recebimento dos jurados foi vistoso. Partiu-se para Barcelona, passando o rio por uma curiosa e bem lavrada ponte de barcas. Era infinita (por todos os campos e caminhos) a gente que o vinha ver. Mandou entrar na cidade diante, num coche, ao Infante Dom Carlos, seu irmão. El-Rei subiu em um formoso e lindo Cavalo. Os primeiros que chegaram a lhe beijar a mão foi a Universidade, com seu Reitor, que lhe fez uma breve, e bem concertada prática e lhe deu os parabéns, beijando-lhe todos a mão, excepto os sacerdotes. Em segundo lugar chegaram os deputados, com os três estados, Eclesiástico, Militar e Real, que representam o Reino. Cabeça do eclesiástico, o Bispo D'Elva; do Militar, Francisco Plaris de Cadell; do Real, Pero Fruster, vieram com grande acompanhamento e realeza. Em terceiro lugar o Cabido com seu prelado, Dom João Sentis, Bispo daquela cidade. Ultimamente, os Conselheiros, com seu ordinário e luzido acompanhamento, e (sem se apearem dos Cavalos) beijaram a mão a Sua Majestade.

Foi andando, com todo este aparato, o Duque de Cardona a pé, indo advertindo de algumas coisas e cerimónias, e o Conselheiro, que chamam em Capitão, ao lado esquerdo de Sua Majestade, única proeminência desta Cidade.

Entrou El-Rei vestido de cor de rosa seca, chapéu e plumas pardas, diamantes, e entre eles um de inestimável valor. À primeira porta desceu um anjo de uma nuvem artificial, que, dando-lhe a boa vinda, lhe ofereceu as chaves da cidade. Daqui foi Sua Majestade levada debaixo de Paleo, que levavam os conselheiros. Ia diante a cavalaria de Perpinhão, com seu Capitão, e logo as guardas Espanhola, e Tudesca. Seguiam-se os cavaleiros e títulos da Catalunha, e outros muitos senhores, Portugueses e Castelhanos. Chegando à Rambla, por ser o Cavalo demasiado brioso, que atropelava os que levavam o Paleo, subiu Sua Majestade no do Conde de Olivares, e o Conde de Olivares no do Rei, único mimo e favor.

Na Praça de S. Francisco, estava um teatro entoldado de muitos ricos e graciosos panos, onde El-Rei, assentado em sua majestosa cadeira, tomou juramento pelos Reinos ultramarinos, anexos a ele. O qual juramento, por antigo costume, lhe deu o Guardião de São Francisco. Diante do teatro, deram os oficiais de todos os ofícios uma linda mostra de si. Com mil invenções, os barqueiros andando com seus barcos pelas ruas, deitando por elas peixes vivos; os hortelãos semeando e cultivando suas hortas; e todos os demais conforme a arte que professavam.

Na Sé entrou Sua Majestade no Cabido, onde lhe deram posse de um canonicato. Ao outro dia (em forma de Cabido, com grande aparato e cerimónias) lhe levaram, os cónegos e dignidades, porção de cónego.

Para ter as cortes se fabricou uma formosa galeria de muita arte e primor, de cantaria e madeira, de quatrocentos e vinte e cinco pés de comprido com oitenta e sete janelas de fermosíssima vista sobre o porto e mar, com suas portas verdes, gelosias e vidraças e muito capaz para o acto que nela havia de se celebrar.

As notícias desenvolvidas, de que a anterior é exemplo, correspondem já a uma espécie de arremedos de reportagem. Conforme indiciado pelo exemplo anterior, nessas notícias desenvolvidas a maior parte do texto é narrativo, até porque elas correspondem ao conceito de *reportagem de acção* (Sousa, 2005: 187-189): são histórias de viagens do Rei (como aquela de que o exemplo seleccionado dá conta), de combates e preparativos para combates (como os da perda e retomada da Baía), de festas (como as que se fizeram por ocasião da canonização da Rainha Santa Isabel), etc. Estruturalmente, o relato das notícias desenvolvidas, influenciado pelas crónicas medievais e outros géneros literários (cf. Lanciani, 1979), tende a ser cronológico, conforme também se pode observar na peça anterior: o Rei sai de Madrid, vai de terra em terra até chegar a Barcelona, onde o vêm receber, entra desfilando na cidade e assiste aos festejos comemorativos da sua visita.

O exemplo de notícia desenvolvida escolhido mostra, igualmente, que a narrativa pode ser entrecruzada com descrições de pessoas, espaços e ambientes, tal como é comum na reportagem contemporânea (Sousa, 2005: 187-202). O excerto "Entrou El-Rei vestido de cor de rosa seca, chapéu e plumas pardas, diamantes, e entre eles um de inestimável valor" poderia documentar, entre vários outros, o nosso ponto de vista.

A técnica de personalização do relato, que permite adicionar *interesse* à informação, também se nota no exemplo anterior, centrado no Rei, naquilo que ele faz e naquilo que as outras pessoas lhe fazem.

Conforme também se observa no exemplo escolhido, apesar de encontrarmos vários fragmentos de linguagem figurativa e qualificativa (por exemplo: "deram os oficiais de todos os ofícios uma linda mostra de si"), não se encontram muitos outros exemplos de fuga à rede de facticidade que impregna as notícias das *Relações*. Mesmo nas notícias desenvolvidas, Manuel Severim de Faria tende a comportar-se como um historiógrafo noticiarista, cuja função é, predominantemente, anotar os factos relevantes da época e fazê-los circular sob a forma de notícia.

Diga-se, porém, que noutras notícias das *Relações*, se nota um maior envolvimento subjectivo do autor[22], através da emissão juízos analíticos e opinativos, da utilização de linguagem figurativa e qualificativa e mesmo do recurso a técnicas apuradas como o *flashback*. É o que acontece, por exemplo, quando, no primeiro número das *Relações*, Manuel Severim de Faria narra, numa notícia desenvolvida, a perda da Baía para os holandeses e a sua posterior recuperação pelas forças luso-hispânico-italianas:

> **A introdução (*exordium* e *proposito*)**
>
> As mais celebradas vitórias, que neste Reino tivemos, este ano, foram as do Brasil, pelo grande cabedal que nesta empresa estava metido, da parte dos inimigos, e nossa, e dos efeitos que do sucesso dela podiam resultar, e assim se dará, de tudo, mais particular relação.
>
> **A narrativa começa cronologicamente ordenada (*narratium*)**
>
> Saiu o General Dom Manuel de Meneses, de Lisboa, a 24 de Novembro, de 1624, com 22 velas, como se avisou na Relação passada, com ordem de ir esperar a Armada de Castela ao Cabo Verde, aonde chegaram a 24 de Dezembro (...). Dali partiram a onze de Fevereiro, e a 29 de Março tiveram vista da costa da Baía. Logo receberam aviso de Dom Francisco de Moura, que com um pequeno esquadrão de portugueses, tinha encerrados os inimigos no Rio Vermelho.
>
> (...)
>
> **O *flashback* (também cronológico) e um exemplo de juízo qualificativo e opinativo**
>
> **A intervenção pessoal do autor na narrativa**
>
> **A personalização do relato e o juízo opinativo**

[22] Exemplo: "A fertilidade destes dois anos mostrou claramente que sem vir de fora pão se podia sustentar o Reino, porque o cuidado da agricultura é grande parte da abundância."

Antes de referir a tomada da Baía, quero dar uma brevíssima notícia do desgraçado sucesso de sua perda, e do que o Governador Diogo de Mendonça Furtado fez na defesa da Cidade (...), nem menos se podia presumir do ilustre sangue dos Mendonças, tão provado e experimentado no valor, fidelidade, e proezas qualificadas, que em Serviço de seus Reis fizeram na Europa, África, Ásia, em todas as diversidades de tempos.

(...)

A continuação da narrativa em *flashback* e a causa do insucesso português na defesa da Baía

O exemplo do governador (personalização do relato)

A análise do enunciador

No dia seguinte desembarcaram os inimigos. E ainda que o Governador imaginava ter gente com que não somente defender a cidade e resistir ao inimigo, mas para o desbaratar e destruir, se achou sem soldadesca, porque todos, sem ordem nem obediência aos seus capitães, se puseram em fugida, deixando-o desamparado. E ainda que com a gente de sua casa e obrigação fez alguns arremessos, foi sem proveito, por serem poucos e os inimigos muitos. Estando, contudo, o Governador, e andando sempre exposto a quantas balas atiravam os inimigos, e ainda provendo o que lhe parecia necessário, mandando ao Sargento-mor que visitasse todas as instâncias e as provesse de pólvora e todas as mais munições. E indo gente fugindo sem pejo nem temor a Deus, mandou ao desembargador Pedro Caseiro subisse em um Cavalo e a fosse deter e castigar. Porém, nada foi bastante para que todos deixassem de fugir e o desamparar.

(...)

Vendo-se o Governador só cometido de muitos inimigos, remeteu a eles com a Espada na mão, e ainda que ferindo alguns os fez retirar, e a faltar, foi preso e levado aos Navios inimigos. Nem foi quebra sua, mas desgraça nossa o sucesso, pois a insignes capitães

sucederam semelhantes desventuras. E o Espírito Santo, no segundo dos Reis cap. 11 diz *Varius enim est eventus belli*. Na guerra, quando tendes a vitória por mais segura e certa, vos achais (por justo juízo de Deus, e castigo de pecados) com ela perdida, e desbaratados, favorecendo a ventura ora uns ora outros; mostrando firmeza em a não ter e estabilidade na continua variedade de seus sucessos.

Fim do *flashback* e regresso à narrativa inicial

Deram fundo as nossas frotas, na barra da Baía, a 29 de Março, e tendo ao outro dia (que foi de Páscoa) conselho, com os Capitães e principais fidalgos de ambas as armadas, se assentou que saíssem em terra 100 italianos, 2000 castelhanos e 1500 portugueses, fora 1400 de Dom Francisco de Moura, que ele ficou governando como dantes.

(...)

Estando nesta bateria 90 soldados portugueses, com o Alferes Inácio de Mendonça e João Loureiro, em 17 de Abril, se chegaram os nossos a um baluarte do inimigo, e ainda que sem ordem do superior, lhe deram o assalto, de maneira que (os que o defendiam) lhe pediram que se detivessem porque se queriam entregar.

(...)

Foi acordado que entregariam a praça, com todo o recheio, saindo os capitães com espada e os mais soldados sem armas, com uma trouxa às costas, de fato de seu vestir, e que lhe dariam embarcação e mantimento até à Holanda, à sua custa, para o que deixariam reféns. Com estas condições renderam a cidade, a 30 de Abril (...).

Final da narrativa (*conclusio*)

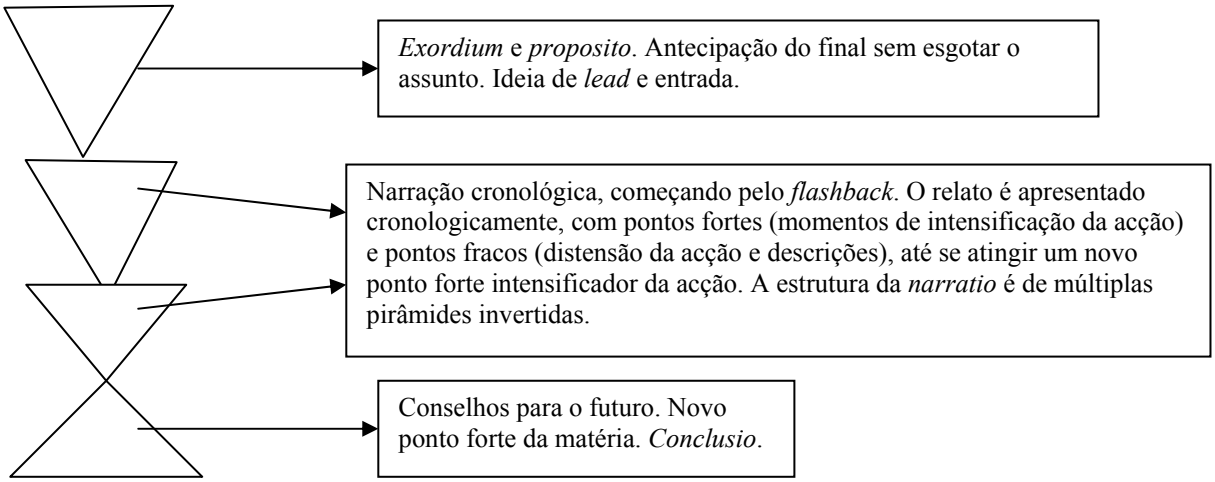
Deste modo se recuperou a Baía. E sempre se alcançarão semelhantes vitórias se, da nossa parte, se proceder com boa ordem militar, no assentar dos quartéis, fazer das trincheiras, na destreza dos artilheiros e, sobretudo, na obediência dos soldados.

A notícia anterior, embora assente numa rede interligada de factos cronologicamente encadeados (se ignorarmos o *flashback*, embora também este apresente internamente uma enunciação cronológica), segue os cânones retóricos das crónicas medievais (cf. Lanciani, 1979), iniciando-se com o *exordium*, para chamar a atenção do leitor, e o *proposito*, que serve, tal como a denominação indica, para dizer ao leitor qual é a intenção da narrativa (contar-lhe os sucessos das armas portuguesas no Brasil).

O *exordium* e o *proposito* funcionam conjuntamente como uma entrada de um texto jornalístico contemporâneo, falando do que vem a seguir, sem esgotar o assunto mas já destacando o essencial da informação (Sousa, 2005: 159-167), em jeito de *lead*. Aliás, o conceito de *lead* e entrada encontra-se em várias notícias das *Relações*, o que evidencia que o aproveitamento contemporâneo desses dispositivos de enunciação não é mais do que uma reinvenção de dispositivos previamente existentes (entre variadíssimos exemplos que poderíamos citar, numa notícia sobre um ataque de piratas à ilha do Corvo, nos Açores, Manuel Severim de Faria antecipa o resultado final antes de passar à narração cronológica dos eventos, tal como o fez na notícia sobre a retomada da Baía: "Na ilha do Corvo se alcançou este ano uma insigne vitória dos mouriscos de Argel, que com três navios andavam por entre as ilhas em pilhagem, e cuidando fazer algum bom assalto na do Corvo, lançaram em terra 150 soldados (...)".

A história, no entanto, centra-se na narração do acontecimento (*narratio*), pontuada aqui e além por várias formas de qualificação de personagens e situações, redundando em excertos analíticos e opinativos. É na narração que o autor recorre à técnica do *flashback*.

Finalmente, o autor conclui a história (*conclusio*), deixando conselhos para o futuro e perseguindo, assim, indirectamente, uma ambição pessoal de imortalidade simbólica, a materializar na evocação do seu nome e seus conselhos pelas futuras gerações. Graficamente, poderíamos traduzir a história (tal como, com alguns ajustes, outras histórias narradas nas *Relações* de Manuel Severim de Faria), pelo seguinte esquema:



A técnica estrutural da notícia desenvolvida acima analisada é, com alguns ajustes, uma das formas contemporâneas de estruturar reportagens (cf. Fernández Parrat, 2001; Sousa, 2005), pois corresponde, grosso modo, à técnica das múltiplas pirâmides invertidas, com início e final fortes. Os formatos jornalísticos de hoje não são, afinal, mais do que uma recuperação e reconversão dos formatos narrativos do passado. Aliás, os próprios jornalistas tendem a repetir modelos fixados profissionalmente, como a técnica da pirâmide invertida.

1.2.3 As fontes das notícias nas *Relações*

São poucas as referências directas às fontes de informação nas notícias. No entanto, Manuel Severim de Faria dá-nos algumas pistas para entendermos como obtinha a informação, como no seguinte excerto que dá conta dos testemunhos da defesa da Baía contra os holandeses:

> "E antes de referirmos a tomada da Baía, daremos brevíssima notícia do desgraçado sucesso da sua perda e do que o governador Diogo de Mendonça fez na defesa da cidade,

> tendo por testemunhas o sargento-mor (...) e outras pessoas de ser, qualidade e verdade [qualificação das fontes pela pertença às elites] (...) e de cartas que vieram aos padres da Companhia [de Jesus − jesuítas], escapando muitas que não chegaram e onde referiram a verdade do assalto e sua defesa."

Em primeiro lugar, o chantre da Sé de Évora faria parte de uma rede de correspondentes que asseguraria a produção, difusão e circulação de notícias. Conhecendo a sua história de vida e a biblioteca que acumulou, é possível que também adquirisse publicações noticiosas estrangeiras, que lhe dariam parte da matéria-prima para a elaboração do noticiário internacional das suas *Relações*.
Em segundo lugar, Manuel Severim de Faria diz-nos que as naus trouxeram "novas (...) da Índia", que certamente se propagaram e chegaram ao conhecimento do chantre de Évora, que por elas esperaria. Observa-se, consequentemente, que os ritmos de chegada e partida dos navios contribuíam para moldar o ritmo de aparecimento de novas notícias. Os tripulantes das naus, os soldados e demais viajantes funcionavam, assim, como fonte noticiosa privilegiada.
Em terceiro lugar, Severim de Faria consultava outras pessoas, ou escrevia aquilo que outras pessoas, conhecendo a sua vocação de noticiarista e de historiógrafo, lhe contavam por livre iniciativa (um *discurso secundário*, portanto, como diria Bakhtin). Por isso, a propósito do nascimento de animais defeituosos, Manuel Severim de Faria, talvez não muito certo, assevera que isso lhe foi contado por "pessoas dignas de crédito", legitimando, assim, a sua voz através da qualificação da voz da fonte. Essa estratégia defensiva de remeter a responsabilidade da informação para a fonte é, aliás, comum no jornalismo contemporâneo, destinando-se a defender estrategicamente os jornalistas de críticas, processos judiciais e acusações, como muito bem documentou Tuchman (1978).
Em quarto lugar, Manuel Severim de Faria é a fonte dos acontecimentos que ele próprio presencia e narra, como os exercícios militares e demais preparativos de defesa do Reino, em particular de Lisboa e região limítrofe.

Finalmente, deve dizer-se, para responder a uma das perguntas de investigação, que as fontes são sempre citadas sob a forma de paráfrase, com excepção de duas citações, uma bíblica e a outra de um decreto religioso.

1.2.4 Um aspecto intrigante nas *Relações*

O primeiro número das *Relações* (quer a edição de Lisboa, quer a edição de Braga) relembra o naufrágio do galeão São João, contado por autor anónimo na *Relação da Muito Notável Perda do Galeão Grande São João em que se Recontam os Casos Desvairados que Aconteceram ao Capitão Manuel de Sousa de Sepúlveda, e o Lamentável Fim que Ele e Sua Mulher e Filhos e Toda a Mais Gente Houveram, o Qual Se Perdeu no Ano de 1552, a 24 de Junho, na Terra do Natal*, que Lanciani (1979) regista como sendo, eventualmente, a mais antiga *relação* noticiosa monotemática existente em Portugal, podendo ter sido impressa cerca de 1555, conservando-se um exemplar de 1564, que já seria uma segunda edição. No entanto, Manuel Severim de Faria diz, nessa primeira *Relação*, algo incongruentemente, que foi pela chegada de umas naus que se soube do naufrágio do galeão São João, ocorrido em 1552, mais de 70 anos antes da impressão desse primeiro número das *Relações* do chantre da Sé de Évora. Assim sendo, (a) ou Manuel Severim de Faria já tinha conhecimento do naufrágio pela *Relação da Muito Notável Perda do Galeão São João* e não o admite nas suas *Relações*, preferindo tratar o assunto como novidade; ou (b) o naufrágio do galeão São João é posterior a 1552 e a *Relação da Muito Notável Perda do Galeão Grande São João* tem um erro no próprio título e na data de impressão do exemplar de 1564 que se conserva, o que, obviamente, atiraria a data da respectiva impressão para depois da data da impressão das *Relações* de Manuel Severim de Faria; ou (c) a notícia desse naufrágio poderá efectivamente ter-se sabido em Portugal apenas por volta de 1625, mais de 70 anos depois de se ter verificado, o que, em todo o caso, remeteria cronologicamente a impressão da *Relação da Perda do Galeão São João* para

depois da impressão das *Relações* de Severim de Faria, sendo mal datado o exemplar alegadamente de 1564; ou, (d) como derradeira hipótese, Manuel Severim de Faria soube do naufrágio cerca de 1625 como se fosse uma novidade e assim convictamente o conta, o que implicaria o seu desconhecimento de quaisquer publicações anteriores que se referissem ao mesmo (e que, de qualquer modo, teriam circulado cerca de 60 anos antes das próprias *Relações* do chantre da Sé de Évora).

1.3 Análise quantitativa do discurso das *Relações*

Os métodos científicos de pesquisa em comunicação estão sempre em jogo, no sentido de que são quotidianamente testados quanto à sua capacidade de proporcionar um conhecimento consistente e preciso das relações entre os fenómenos comunicacionais. A objectividade científica respeita, principalmente, a essa supremacia do objecto sobre os sujeitos. A objectividade é, assim, a qualidade de uma pesquisa científica que, após a comunicação dos resultados, permite a diferentes investigadores, usando os mesmos métodos e as mesmas regras, replicarem estudos, fazerem inferências reprodutíveis, válidas e fiáveis e chegarem a idênticas conclusões sobre as relações entre fenómenos. Entendemos, portanto, o fenómeno jornalístico como um objecto susceptível de ser localizado, circunscrito e descrito, cuja realidade e cuja identidade são independentes do observador e do enquadramento com que este descreva o objecto.

A análise quantitativa do discurso, genericamente conhecida por análise de conteúdo, é um desses métodos quotidianamente testados, cuja cientificidade é validada pela sua capacidade de impor determinado objecto a diferentes sujeitos e que tem potencialidades de categorização sistemática de dados que uma análise meramente qualitativa não permitiria obter. Face aos objectivos equacionados para esta pesquisa e às perguntas de investigação genéricas que a nortearam, expostas

na introdução, entendemos que esse método empírico seria susceptível de ser aplicado ao estudo das *Relações* de Manuel Severim de Faria. De facto, como dizem Marques de Melo *et al.* (1999: 4):

> "Ao invés de entrevistar o leitor sobre os seus hábitos de leitura, utiliza-se o processo inverso, ou seja, analisar aquilo que é oferecido ao leitor, assumindo que aquilo que o leitor lê no jornal da sua escolha reflecte suas atitudes e valores em relação ao facto noticiado. (...) Outra vantagem deste tipo de pesquisa é o facto de trabalhar com valores essencialmente quantificáveis, definidos por categorias estabelecidas e comprovadas em estudos similares. Desta forma, a colecta de dados é baseada na mensuração de textos e as conclusões expressas em forma numérica, o que facilita o cruzamento de informações e a elaboração de tabelas e gráficos explicativos, além de permitir com facilidade a reavaliação e comprovação de todo o projecto ou parte dele."

Berelson (*cit. in* Krippendorff, 1990: 29), um dos primeiros autores a teorizar sobre a análise de conteúdo, sustentou que a mesma é "uma técnica de investigação para a descrição objectiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação". Krippendorff (1990: 29) explica, porém, que a concepção de Berelson é restritiva porque, embora proposta para assegurar que a codificação dos dados de uma análise de conteúdo seja "intersubjectivamente verificável e fiável", exclui os conteúdos latentes dessa mesma análise. Krippendorff (1990: 10; 13 e 28) relembra, a propósito, que a análise de conteúdo "tem uma orientação fundamentalmente empírica, exploratória, vinculada a fenómenos reais e de finalidade predictiva" e salienta, ainda, que a mesma dá aos investigadores a possibilidade de utilizarem uma plataforma a partir da qual se podem obter e referir dados sistemáticos e fazer inferências reprodutíveis e válidas a partir dos mesmos. Sousa (2006: 343), fazendo uma ponte entre essas posições, argumenta que a análise quantitativa do discurso permite simultaneamente "desvelar (...) a substância de um discurso entre o mar de palavras que normalmente um enunciado possui e fazer inferências entre essa substância e o contexto em que o

discurso foi produzido". Aliás, para nós há que distinguir entre a análise quantitativa do discurso, que corresponde ao conceito anglófono de análise de conteúdo propriamente dita (*content analysis*), e a análise qualitativa do discurso, que corresponde àquilo que, na tradição anglófona, se designa, precisamente, por análise do discurso (*speech analysis* ou *discourse analysis*). Quando Krippendorff fala dos "conteúdos latentes", remete, justamente, para um campo de análise predominantemente qualitativo e não quantitativo do discurso (ou seja, remete para aquilo que os anglófonos designam por *speech analysis* ou *discourse analysis* e não para a *content analysis*), que já explorámos anteriormente.

Sousa (2006: 345) diz que "os dois procedimentos essenciais da análise quantitativa do discurso são a identificação dos pontos substantivos de um discurso e a sua classificação de acordo com categorias, criadas *a priori* ou, eventualmente, no decorrer da própria análise do discurso (*a posteriori*)". Mais minuciosamente, Wimmer e Dominick (1996: 174-191) listam os seguintes procedimentos de análise quantitativa do discurso:

1) Formulação das hipóteses e/ou perguntas de investigação
2) Definição do universo de análise
3) Selecção da amostra
4) Selecção da unidade de análise
5) Definição das categorias de análise
6) Estabelecimento de um sistema de quantificação
7) Categorização ou codificação do conteúdo
8) Análise de dados
9) Interpretação de resultados

Laurence Bardin (1995: 102), por seu turno, mostra que uma análise deve compreender as seguintes fases:

1) Pré-análise (leituras, escolha de documentos, constituição do *corpus*, preparação do material, estabelecimento das regras de categorização e codificação...);

2) Exploração do material (administração das técnicas sobre o *corpus*);

3) Tratamento dos resultados e interpretações (operações estatísticas, validação, síntese e selecção dos resultados, inferências, interpretação, podendo os resultados desta servir quer para nova análise, quer para produção teórica ou construção de modelos).

Sousa (2006: 343-344) relembra que uma análise do discurso, quantitativa ou qualitativa, tem de se iniciar pela contextualização, para depois se poderem estabelecer inferências e interpretações. Sousa (2006: 343-344) estabelece, desse modo, três patamares de contextualização:

1) Contexto do órgão de comunicação que vai ser analisado;
2) Contexto do fenómeno a estudar;
3) Conhecimento científico anterior.

A nossa análise começou, assim, pela atenção ao contexto da análise, desenvolvida nos primeiros capítulos deste trabalho, e pela definição de objectivos, hipóteses e perguntas de investigação. A determinação do *corpus* não levantou dúvidas, pois não houve lugar a amostragem, já que o universo de análise estava materialmente constituído (os dois números das *Relações* de Manuel Severim de Faria). Para a componente quantitativa da análise, normalmente utilizou-se como unidade de análise a matéria individual, considerada como *item* autónomo. A informação foi, assim, classificada em número de matérias por várias categorias definidas *a priori*. Porém, no caso particular dos actores das notícias e do protagonismo geográfico, categorizou-se a informação por

número de referências, que constituíram a unidade de análise. Assim, as variáveis dependentes do presente estudo foram, simultaneamente, as matérias das *Relações* e as referências aos protagonistas das notícias e aos lugares, em todos os casos aferidas nominalmente.

A definição das categorias para a análise de conteúdo foi feita tomando em consideração que essa mesma análise procuraria testar várias hipóteses e responder às perguntas de investigação que delas emergiram, expostas no quadro 10.

Quadro 10

Tabela de hipóteses, perguntas de pesquisa, variáveis e categorias de análise quantitativa do discurso

Hipótese 5: Tendo em consideração que o número de páginas da primeira *Relação* é 1,77 vezes superior ao número de páginas da segunda *Relação* (quase o dobro), então o número de notícias de cada uma das relações será proporcional a esse quociente. **Pergunta de pesquisa 8:** Qual o número de matérias na primeira e na segunda *Relação* e no total? **Variáveis:** Número de matérias (aferição nominal) e percentagem. **Categorias de análise do discurso:** • **Matéria individual:** Entendeu-se por **matéria individual** todo o enunciado que constitui, nas *Relações*, uma unidade completa de sentido, sem relação directa com outros enunciados nem outros acontecimentos objecto de enunciação, ou seja, foi considerada como *uma* matéria toda a peça encontrada nas *Relações* que beneficiasse de inegável estatuto de autonomia de sentido e linguística.

Hipótese 6: Tendo em conta que o jornalismo impresso emergente tinha um carácter eminentemente noticioso, a maioria das matérias das *Relações* são notícias. **Hipótese 7:** A dificuldade de comunicações no início do século XVII, que impediria o aprofundamento das matérias, e as limitações de espaço fazem prever que a maioria das matérias publicadas nas *Relações* são notícias curtas. **Hipótese 8:** A inexistência, ou carácter meramente embrionário, da noção jornalística contemporânea de separação entre informação e opinião e a própria escassez de informações características do início do século XVII faz prever que bastantes matérias das *Relações* sejam comentadas, mesmo quando contêm informação factual. **Pergunta de pesquisa 9:** Qual a proporção de notícias nas *Relações*, em comparação com outros géneros? **Pergunta de pesquisa 10:** Qual a proporção relativa de notícias curtas nas *Relações*? **Pergunta de pesquisa 11:** Qual a proporção relativa de matérias comentadas nas *Relações*? **Variáveis:** Número de matérias (aferição nominal) e percentagem. **Categorias de análise do discurso:** • **Notícia factual** − Enunciado em que se narram factos com ambição de verdade e objectividade, sem serem feitos comentários ou análises aos mesmos. Considerámos, arbitrariamente, e tendo em conta o contexto da época, como **notícias comentadas curtas** aquelas que não possuem mais de quatro períodos e como **notícias comentadas longas** as que possuem cinco ou mais períodos. • **Notícia comentada** − Enunciado em que, para além de se narrarem factos, se comentam, interpretam ou analisam esses mesmos factos. Considerámos, arbitrariamente, e tendo em conta o contexto da época, como **notícias comentadas curtas** aquelas que não possuem mais de quatro períodos e como **notícias comentadas longas** as que possuem cinco ou mais períodos. • **Outros géneros** − Todas as matérias que não cabem nas definições anteriores.

Hipótese 9: Por razões de proximidade e identidade, nas *Relações* predominam as matérias sobre Portugal e portugueses. **Pergunta de pesquisa 12:** Qual é a relevância das matérias sobre Portugal e os portugueses nas *Relações*? (Portugal merece enfoque discursivo ou dilui-se nas notícias sobre o Império dos Filipes e noutras matérias?) **Variáveis:** Número de matérias (aferição nominal) e percentagem. **Categorias de análise do discurso:** • **Matérias sobre acontecimentos ocorridos em Portugal** − Matérias sobre ocorrências verificadas no espaço continental português ou que explicitamente dizem respeito a Portugal, como os casos de nomeações régias, de portugueses ou espanhóis, para cargos em Portugal, mesmo quando formuladas a partir de Madrid. Exclui ocorrências

verificadas em Espanha sem ligação directa a Portugal, apesar de os Reinos ibéricos, no início do século XVII, estarem unidos numa única monarquia.

• **Matérias sobre acontecimentos ocorridos em domínios do Reino de Portugal fora do continente europeu** − Matérias sobre ocorrências verificadas fora do espaço continental português, mas pertencentes, no início do século XVII, ao Reino de Portugal. Incluíram-se nesta categoria os acontecimentos verificados nas ilhas atlânticas (Açores, Madeira, Cabo Verde, São Tomé e Príncipe...), nos domínios portugueses em África (Angola, Moçambique...), no Oriente (Macau, possessões na Índia, etc.) e no Brasil. Também se classificaram nesta categoria acontecimentos que, embora verificados no Reino de Portugal, dizem especificamente respeito às realidades ultramarinas, como, por exemplo, nomeações de governadores, eclesiásticos e chefes militares para os domínios portugueses fora do continente europeu, mesmo quando formalizadas a partir de Madrid. Exclui acontecimentos verificados em domínios ultramarinos espanhóis, apesar de os Reinos ibéricos, no início do século XVII, estarem unidos numa única monarquia.

• **Matérias sobre acontecimentos ocorridos fora dos domínios do Reino de Portugal mas com envolvimento de portugueses** − Nesta categoria incluíram-se ocorrências fora de Portugal e dos domínios ultramarinos portugueses mas em que cidadãos portugueses estiveram envolvidos. Incluíram-se nesta categoria, por exemplo, acontecimentos verificados em Espanha e nos domínios ultramarinos espanhóis com envolvimento de cidadãos portugueses, circunstância potenciada pela monarquia dual que regia Portugal e Espanha no início do século XVII. Inseriram-se nesta categoria os acontecimentos na Corte de Madrid em que se noticiou a implicação de cidadãos portugueses.

• **Matérias sobre outros acontecimentos** − Notícias sobre todas as ocorrências verificadas fora de Portugal e dos domínios ultramarinos portugueses, incluindo acontecimentos sucedidos em Espanha e nos domínios ultramarinos espanhóis, mas sem envolvimento noticiado de cidadãos portugueses. Englobaram-se nesta categoria de análise, por exemplo, os acontecimentos na Corte de Madrid em que não se noticiou o envolvimento de cidadãos portugueses e não diziam directamente respeito a Portugal, bem como acontecimentos em que a Família Real esteve implicada mas que não afectavam directamente Portugal nem envolviam portugueses, apesar de, na altura, a Família Real espanhola ser, igualmente, Família Real portuguesa.

Hipótese 10: Por razões de proximidade, nas matérias relevam-se as localidades, províncias e territórios portugueses, com destaque para Lisboa e Évora (onde vivia Severim de Faria), e Madrid, sede da Corte da monarquia dual de Portugal e Espanha.
Pergunta de pesquisa 13: Quais as localidades referidas nas matérias das *Relações*?
Variáveis: Número de referências (aferição nominal) e percentagem.
Categorias de análise do discurso: As categorias de análise são as denominações das localidades, territórios e países, que não necessitam de definição.

Hipótese 11: Por razões de equilíbrio no noticiário, as *Relações* inserem matérias sobre vários temas, mas dadas as peculiaridades da situação da época e a vivência particular de Manuel Severim de Faria, é provável que predominem nas *Relações* as matérias sobre conflitos bélicos, vida política e vida religiosa.
Hipótese 12: Tendo em conta que os padrões do que é notícia se têm mantido estáveis ao longo do tempo, é provável que encontremos nas *Relações* notícias sobre temas que ainda hoje em dia são notícia.
Pergunta de pesquisa 14: Quais os principais temas das matérias das *Relações*?
Variáveis: Número de matérias (aferição nominal) e percentagem.
Categorias de análise do discurso:

• **Vida política e administrativa** − Matérias relacionadas com a política e a administração dos países e territórios. Incluíram-se nesta categoria notícias de nomeações e exonerações para cargos exclusivamente políticos, celebração de Cortes, negociações e missões diplomáticas, visitas de Estado (quando o tom é essencialmente político e não social), etc.

• **Vida social e religiosa** − Matérias relacionadas com acontecimentos sociais, englobando a dimensão religiosa, profundamente impregnada na cultura da época. São exemplos de matérias englobadas nesta categoria notícias sobre nascimentos, falecimentos, celebrações religiosas, nomeações e exonerações para cargos religiosos (excluindo os que possuíam relevante dimensão política), actividades sociais e religiosas da Família Real, etc. Contabilizaram-se nesta categoria as mortes individuais por doença.

• **Vida económica** − Matérias relacionadas com a actividade económica e financeira. Assim, classificaram-se nesta categoria as matérias referentes à pesca e à agricultura, às indústrias (manufactureiras e outras), a taxas, impostos e outras contribuições, aos movimentos nos portos (partidas e chegadas de navios comerciais), etc.

• **Vida militar e conflitos bélicos** − Nesta categoria contabilizaram-se as matérias sobre guerras e batalhas, preparativos para conflitos bélicos (incluindo obras de defesa dos territórios), escaramuças menores, nomeações para cargos militares e exonerações dos mesmos, actividades militares marítimas, preparativos e intenções de corso e pirataria, defesa das frotas contra o corso e a pirataria, etc.

• **Catástrofes naturais e acidentes** − Englobaram-se nesta categoria as matérias relacionadas com ocorrências naturais (tempestades marítimas, temporais, cheias, etc.) ou provocadas pelo homem (navegação deficiente, falta de conservação de navios e infra-estruturas, etc.), que se repercutiram negativamente sobre a actividade humana, provocando, ou não, vítimas.

• **Doenças e fome** − Matérias sobre doenças epidémicas e mortes delas resultantes (excluíram-se desta categoria as notícias sobre as mortes de determinados indivíduos por determinadas doenças). Matérias sobre fomes generalizadas entre as populações.
• **Crimes** − Matérias sobre assassinatos, roubos, corrupção económica e outras actividades que infringiam a Lei. Prisões, extradições e exílio de indivíduos por actividades criminosas (não políticas).
• **Acontecimentos insólitos** − Nesta categoria de análise do discurso incluíram-se as matérias sobre pretensos milagres, aberrações da natureza, ocorrências bizarras, etc.

Hipótese 13: Conforme indiciado pela teoria do jornalismo (ver, por exemplo: Sousa, 2006), os actores sociais dominantes são os protagonistas das matérias das *Relações*.
Pergunta de pesquisa 15: Quais os actores sociais referidos nas notícias?
Variáveis: Número de referências (aferição nominal) e percentagem.
Categorias de análise do discurso: As categorias de análise prendem-se, genericamente, com a estrutura social típica do Antigo Regime (Reis: Nobreza; Clero; Povo), pelo que não se torna necessária qualquer definição. É de referir, no entanto, que se procurou autonomizar do "Povo" as referências aos burgueses e aos soldados, já que se notou numa leitura prévia e transversal das *Relações* que Manuel Severim de Faria evoca, ocasionalmente, os "homens de negócios" (por exemplo, para referir que na proposta de criação de uma Companhia das Índias) e os soldados (nos relatos de confrontos bélicos). De explicitar, igualmente, que os nobres combatentes foram classificados na categoria "Nobres" e não na categoria "Soldados", pois uma das obrigações teóricas da antiga nobreza era, precisamente, defender o Povo, pelo que se esperava que da nobreza saíssem as chefias militares. O mesmo procedimento foi seguido para comerciantes e navegantes nobres, classificados como "Nobres", usando-se da mesma lógica para resolver problemas de categorização similares.

Hipótese 14: Tendo em conta a estrutura social do Antigo Regime, os principais protagonistas das notícias são do sexo masculino e tendem a ser referidos individualmente.
Pergunta de pesquisa 16: Qual o género sexual predominante (masculino ou feminino) entre os actores sociais das notícias?
Pergunta de pesquisa 17: Nas *Relações*, homens e mulheres tendem a ser referenciados como indivíduos ou colectivamente?
Variáveis: Número de referências (aferição nominal) e percentagem.
Categorias de análise do discurso:
• **Protagonistas femininas individuais** − Actores sociais do sexo feminino referidos individualmente pelo nome ou cargo. Classificaram-se nesta categoria as titulares de cargos institucionais unipessoais (como a Rainha).
• **Protagonistas femininas colectivas** − Actores sociais do sexo feminino diluídos em substantivos colectivos (exemplos: "mulheres", "mães", etc.).
• **Protagonistas masculinos individuais** − Actores sociais do sexo masculino referidos individualmente pelo nome ou cargo. Classificaram-se nesta categoria os titulares de cargos institucionais unipessoais (Rei, governador, vice-rei, etc.)
• **Protagonistas masculinos colectivos** − Actores sociais do sexo masculino diluídos em substantivos colectivos (exemplos: "soldados", "homens", etc.). Referências a soldados e outros ofícios tradicionalmente masculinos foram sempre incluídos nesta categoria, mesmo quando referidos, por exemplo, por "inimigos" ou pela nacionalidade ("ingleses", "holandeses"...).
• **Protagonistas institucionais colectivos e similares** − Actores sociais colectivos, como sejam a Igreja, o Governo, o Conselho de Estado, etc. Englobaram-se também nesta categoria as referências a exércitos, armadas e similares.
• **Outros protagonistas colectivos** − Actores sociais de ambos os sexos referidos colectivamente (exemplos: "crianças", "velhos", etc.). Englobaram-se, igualmente, nesta categoria as referências a povos na sua totalidade (exemplos: "ingleses", "holandeses", etc.), mas não quando essas expressões designavam especificamente soldados ou outros ofícios tradicionalmente masculinos.

Procurou-se, finalmente, que na interpretação e discussão de resultados as inferências produzidas se relacionassem com as circunstâncias contextuais (históricas, biográficas...) expostas nos primeiros capítulos deste trabalho.

É de advertir que, como já dissemos, para a comparação entre o primeiro número e o segundo das *Relações*, usou-se a primeira edição do primeiro número (impresso em Lisboa, em 1626), até

porque, como se pode observar nas respectivas transcrições (apêndices 1 e 2), não há diferenças significativas entre eles.

Quadro 11

N.º de matérias nas *Relações*

	N.º de matérias	%
1ª Relação	61	**52,14**
2ª Relação	56	**47,86**
Total	117	**100**

Tendo em consideração os dados do quadro 11, a quinta das hipóteses levantada não se confirma, pois embora o número de matérias publicadas no primeiro número das *Relações* seja superior ao número de matérias publicadas no segundo número, o quociente entre as notícias do primeiro número e as notícias do segundo número é de apenas 1,089, enquanto o quociente relativo à relação entre o número de páginas da primeira *Relação* e o número de páginas da segunda *Relação* é de 1,777. Assim sendo, pode dizer-se que houve por parte de Manuel Severim de Faria um esforço para oferecer aos leitores do segundo número um leque de informações quase tão vasto e diversificado como aquele que ofereceu aos leitores do primeiro número, embora, necessariamente, com menos detalhes em cada notícia.

Quadro 12

Géneros jornalísticos nas *Relações*

	Matérias			
	1ª Relação	2ª Relação	Total	
	N.º	N.º	N.º	%
Notícia factual curta (até 4 períodos)	21	13	34	**29,06**
Notícia factual longa (5 ou mais períodos)	11	21	32	**27,35**
Notícia comentada curta (até 4 períodos)	12	6	18	**15,38**
Notícia comentada longa (5 ou mais períodos)	17	16	33	**28,21**
Outros géneros	0	0	0	**0**
Total			117	**100**

Observando o quadro 12, podemos aceitar a sexta hipótese, pois todas as matérias das *Relações* podem ser classificadas como notícias. Sabemos, e as *Relações* de Manuel Severim de Faria

confirmam-no, que o jornalismo nasceu noticioso, sendo a notícia o seu género inicial e diferenciador.

Já a sétima hipótese não pode ser aceite, pois a maior parte das notícias das *Relações* são "longas" (65 matérias; 55,55%), ou seja, têm 5 ou mais períodos. Em consequência, é possível dizer que, apesar das limitações de espaço, o autor das *Relações* procurou que a maioria das notícias fossem suficientemente detalhadas e completas para saciarem informativamente o leitor, prejudicando o número de notícias que poderia publicar em favor da extensão das mesmas.

A oitava hipótese, pelo contrário, pode ser aceite, pois 51 matérias (43,59%) são comentadas, mesmo quando contêm informação factual. Em concreto, é possível afirmar, face aos dados apresentados, que a inexistência, ou carácter meramente embrionário, da noção jornalística contemporânea de separação entre informação e opinião e a própria escassez de informações, que promove a complementação dessas mesmas informações através do comentário, estejam entre as razões que levaram à publicação de 43,59% de notícias comentadas entre todas as matérias das *Relações*.

Quadro 13

Portugal nas *Relações*

	Matérias			
	1ª Relação	**2ª Relação**	**Total**	
	N.º	**N.º**	**N.º**	**%**
Matérias sobre acontecimentos ocorridos em Portugal	19	13	32	**27,35**
Matérias sobre acontecimentos ocorridos em domínios do Reino de Portugal fora do continente europeu	12	6	18	**15,38**
Matérias sobre acontecimentos ocorridos fora dos domínios do Reino de Portugal mas com envolvimento de portugueses	7	14	21	**17,95**
Matérias sobre outros acontecimentos	23	23	46	**39,32**
Total			117	**100**

Apesar de, segundo os dados do quadro 13, a nona hipótese poder ser aceite, já que predominam, nas *Relações*, as matérias sobre Portugal e os portugueses (71 matérias, 60,68% do total), por razões como a proximidade e a identidade de autor e leitores, é de destacar a elevada percentagem de notícias (46 notícias; 39,32%) sobre acontecimentos ocorridos no estrangeiro sem envolvimento de

portugueses. Por um lado, conforme já tentámos provar na análise qualitativa − e tal como se indicia, igualmente, no quadro 14, as circunstâncias peculiares da Monarquia Dual teriam levado a uma grande atenção ao que se passava em Espanha e nos territórios dependentes da Coroa espanhola, bem como aos conflitos em que, na Europa, Espanha estava envolvida; por outro lado, emana das *Relações* a consciência de pertença à Europa, o que teria acentuado o interesse pela informação internacional europeia, até porque a Europa era palco de conflitos, nos quais Portugal, de resto, poderia ser envolvido, e as guerras sempre despertaram o interesse do homem (relembre-se que algumas das primeiras manifestações literárias, como a *Ilíada*, e literário-religiosas, como os livros do Antigo Testamento, estão cheios de referências bélicas); finalmente, as circunstâncias associadas aos Descobrimentos e à "promulgação do Evangelho" no mundo, a que Manuel Severim de Faria alude com frequência, também terão favorecido a produção e inserção de notícias internacionais.

Quadro 14

Protagonismo noticioso geográfico

	N.º de referências			
	1ª Relação	**2ª Relação**	**Total**	
	N.º	**N.º**	**N.º**	**%**
Portugal (como país)	12	8	20	**4,16**
Espanha (como país)	24	10	34	**7,08**
Outros países	35	53	88	**18,39**
Lisboa	25	16	41	**8,54**
Porto	3	0	3	**0,62**
Braga	0	1	1	**0,20**
Coimbra	6	1	7	**1,46**
Évora	1	2	3	**0,62**
Outras localidades, províncias e regiões portuguesas	42	9	51	**10,62**
Localidades, províncias e territórios em possessões portuguesas fora do continente europeu	59	23	82	**17,08**
Madrid	6	3	9	**1,87**
Outras localidades, províncias e territórios espanhóis na Península Ibérica	40	8	48	**10**
Localidades, províncias e territórios em possessões espanholas fora da Península Ibérica	8	5	13	**2,70**
Outras localidades, países, territórios e províncias	33	47	80	**16,66**
Total			480	**100**

Atentando na informação sistematizada no quadro 14, pode aceitar-se parcialmente a décima hipótese. De facto, presumivelmente por razões de proximidade, nas matérias relevam-se Portugal e as localidades, províncias e territórios portugueses (208 referências; 43,33% do total), com destaque para Lisboa (8,54% das referências), onde Manuel Severim de Faria vivia, segundo nos indicia no texto, quando escreveu as *Relações* aqui analisadas. Évora, sua terra, é pouco referida (3 menções; 0,62% do total de referências) e, numa época em que, ao contrário da actualidade, várias cidades competiam pelo estatuto de "segunda cidade" do Reino, Coimbra, por exemplo, é muito mais referida do que o Porto. Há também um vasto conjunto de referências a Espanha e a terras da Coroa espanhola (21,65%), mas poucas a Madrid (1,87% das referências), apesar desta cidade ser a capital da Monarquia Dual, o que pode indiciar ou que os principais acontecimentos, na perspectiva dos portugueses do início de Seiscentos, não ocorriam em Madrid, ou que havia um certo desinteresse pelos assuntos da Coroa castelhana.

É de destacar que 35,05% das referências respeitam a países, regiões e localidades fora dos domínios da Monarquia filipina, pelo que, em consonância com os dados do quadro 13, se pode dizer que há uma grande atenção ao estrangeiro, quer por causa dos Descobrimentos, quer por causa dos tempos conturbados que a Europa, no seu todo, vivia (não podendo ser ignorados, neste pormenor, os interesses europeus da Monarquia Dual), sendo que as *Relações* reflectem as circunstâncias da época.

Quadro 15

Temas predominantes das matérias

	Matérias			
	1ª Relação	**2ª Relação**	**Total**	
	N.º	**N.º**	**N.º**	**%**
Vida política e administrativa	13	15	28	**23,93**
Vida social e religiosa	19	15	34	**29,06**
Vida económica	3	0	3	**2,56**
Vida militar e conflitos bélicos	22	20	42	**35,90**
Catástrofes naturais e acidentes	5	3	8	**6,84**
Doenças e fome	0	1	1	**0,855**
Crimes	0	0	0	**0**
Acontecimentos insólitos	0	1	1	**0,855**
Total			117	**100**

Nota: A classificação das matérias diz respeito apenas ao tema predominante das notícias. Assim, por exemplo, uma notícia na primeira *Relação* sobre o nascimento de animais deformados englobada numa notícia sobre intempéries e

secas ao longo do ano foi contabilizada como sendo uma notícia sobre "catástrofes naturais e acidentes" e não como sendo uma notícia sobre "acontecimentos insólitos".

Podemos inferir, pelo quadro 15, que o noticiário das *Relações* é relativamente pouco equilibrado, centrando-se nos conflitos bélicos (35,9% das matérias), na política e administração (23,93% das matérias) e na vida social e religiosa (29,06% das matérias), sendo que neste caso se deve assumir que a religião era, no início do século XVII, o principal traço da vida social (missas, procissões, festas religiosas...). O equilíbrio do noticiário era um critério de noticiabilidade com pouco sentido nesses dias, excepção feita ao equilíbrio entre matérias sobre política e administração, conflitos bélicos e vida social e religiosa. Consequentemente, pode aceitar-se a décima primeira hipótese.
A hipótese 12 também pode aceitar-se, pois, em termos do que foi notícia, as *Relações* não se afastam muito daquilo que, estruturalmente, hoje é notícia nos jornais generalistas. Os padrões de noticiabilidade, conforme argumenta Stephens (1988), têm-se mantido estáveis ao longo do tempo. Ontem como hoje a política e a administração dos países, a guerra e os acontecimentos relevantes da vida em comunidade ocupam grande parte das notícias.

Quadro 16

Protagonistas das notícias

	N.º de referências			
	1ª Relação	**2ª Relação**	**Total**	
	N.º	**N.º**	**N.º**	**%**
Rei e Rainha	83	66	149	**16,34**
Nobres	199	109	308	**33,77**
Clérigos	63	42	105	**11,51**
Soldados	211	46	257	**28,18**
Burgueses (homens de negócios, comerciantes, "empresários"...)	5	5	10	**1,10**
Povo	64	19	83	**9,10**
Total			**912**	**100**

O quadro 16 mostra que a história narrada nas *Relações* é um história das elites e uma história bélica, aliás conforme se poderia antever pelos dados sistematizados no quadro 15. Pode, portanto, aceitar-se a hipótese 13: ontem como hoje grande parte das notícias são sobre actores sociais dominantes.

Quadro 17

Protagonismo dos géneros nas *Relações*

	N.º de referências			
	1ª Relação	2ª Relação	Total	
	N.º	N.º	N.º	%
Protagonistas femininas individuais	12	6	18	**1,34**
Protagonistas femininas colectivas	4	3	7	**0,52**
Protagonistas masculinos individuais	401	199	600	**44,54**
Protagonistas masculinos colectivos	329	76	405	**30,07**
Protagonistas institucionais e similares	143	40	183	**13,59**
Outros protagonistas colectivos	78	56	134	**9,94**
Total			1 347	**100**

Finalmente, os dados do quadro 17 evidenciam que a história construída nas *Relações* é uma história no masculino (74,61% das referências) e bastante personalizada (45,88% das referências a entidades dizem respeito a pessoas individuais). É possível, em consequência, aceitar a décima quarta e última hipótese que foi testada, pois os principais protagonistas das notícias são do sexo masculino e tendem a ser referidos individualmente, tal como se suporia tendo em conta as circunstâncias históricas do Antigo Regime.

1.4. Discussão global dos resultados

Podemos olhar para as *Relações* de Manuel Severim de Faria de várias maneiras, mas uma das formas de o fazer é retomando uma tese que temos vindo a defender (Sousa, 2000; Sousa, 2006): os produtos jornalísticos, ou seja, as notícias, são o resultado de um processo em que intervêm factores de diversa natureza em interacção constante e que se interpenetram. Esses factores, cada um dos quais pode ter um determinado peso para o produto final, são, entre outros:

- Pessoais (as notícias das *Relações* revelam, por exemplo, as peculiaridades do autor e a sua *competência discursiva* individual, a sua capacidade analítica de determinadas situações, o seu juízo pessoal sobre certos acontecimentos e pessoas, os *discursos noticiosos primários* (Bakhtin, 1929/1977; 1952-1953/1996; 1981) que elaborou a propósito de acontecimentos que presenciou, como as chuvas e a seca, etc.);

• Temporais (por exemplo, no final do segundo número Manuel Severim de Faria escreve ao correspondente que só no próximo ano lhe poderá dar conta "das novas que trouxeram as naus da Índia que a 15 de Outubro de 1627 entraram em Lisboa na maré da tarde", etc.);

• Sociais (são exemplos de factores sociais capazes de moldar o discurso das relações o posicionamento de Manuel Severim de Faria enquanto noticiarista numa rede de correspondentes e as interacções que Manuel Severim de Faria revela ter com várias pessoas, através das quais vai obtendo informações, o que evidencia, em acréscimo, que as notícias das *Relações* são, predominantemente, *discursos secundários* (Bakhtin, 1929/1977; 1952-1953/1996; 1981) que resultaram das interacções do autor com as fontes e das negociações de informação e de significado que ambas as partes estabeleceram, etc.);

• Ideológicos (embora, na nossa opinião, a ideologia seja um dos vectores de uma cultura, podemos individualizá-la considerando-a, simplificadamente, como o conjunto de ideias que agrega indivíduos em grupos *em função de interesses* assumidos e conscientes ou não; nesse sentido, as *Relações* reflectem as circunstâncias ideológicas da sua produção, o que se comprova, por exemplo, pela apologia que indirectamente Manuel Severim de Faria faz da nobreza e dos religiosos, elites às quais pertencia, compadecendo-se da respectiva má-sorte, tornando colectivos os seus êxitos e façanhas pessoais, naturalizando o facto de receberem rendas do erário público e do povo, etc.)

• Culturais e históricos (as notícias das *Relações* reflectem não só a historia das formas de narrar e contar novidades, plasmadas na cultura e reveladas na estrutura cronológica dos relatos e na menção às circunstâncias de sujeito, objecto, lugar, tempo, causa e modo que já vêm do tempo da retórica clássica, mas também as formas de olhar para o mundo próprias

da cultura e da identidade portuguesa seiscentistas e resultantes da história, como sejam o enquadramento religioso do mundo, a noção de que a colonização e conquista de territórios eram benéficas para o país, a desconsideração pelos "bárbaros", etc.).

A ideia base defendida neste trabalho é, assim, a de que os enunciados jornalísticos são um produto de vários factores em interacção, que, resumidamente, se podem resumir *no enunciador e nas várias circunstâncias da enunciação*, o que, aliás, matemática e abstractamente pode ser representado por uma equação (cf. Sousa, 2006: 131). É essa a perspectiva que procuraremos seguir na discussão dos resultados da presente pesquisa, à luz do marco teórico exposto no subcapítulo 4.1, sendo, no entanto, de realçar, explicitamente, que os diferentes factores que enformam e condicionam as notícias se cruzam e interpenetram, razão pela qual optámos por tecer uma discussão global sobre as *Relações*.

Assim, em primeiro lugar devemos considerar que as *Relações* de Manuel Severim de Faria possuem a marca do enunciador, como todo o discurso, e do respectivo *habitus* (Bourdieu, 1984), enquanto *molde de sentido* para as interacções humanas. É, assim, a *competência discursiva* própria do autor que se joga nas *Relações*, embora seja contaminada pelas percepções do mundo, ideológicas, culturais e históricas, que transcendem a sua pessoa e contribuíram para configurar a sua forma de ser, compreender e conhecer, sentir e agir, nomeadamente enquanto *noticiarista capaz de recolher e processar informações e de alimentar uma rede de correspondentes*.

VanDijk (1990) encarou a produção do enunciado jornalístico em termos de processamento cognitivo dos textos por parte dos jornalistas. As operações cognitivas a que Van Dijk se refere são, identicamente, as que detectamos nos escritos de Manuel Severim de Faria, provando, afinal, que as operações jornalísticas de ontem são basicamente as de hoje e implicam, necessariamente, que o texto é uma *construção*. Por exemplo, o discurso das notícias das *Relações* é selectivo, pois de todas as informações hipoteticamente disponíveis apenas algumas, as consideradas mais importantes, foram passadas a texto (por exemplo, somos informados numa notícia breve, em jeito de *lead*, que a

Infanta morreu a 21 de Julho de 1627, mas Severim de Faria não nos diz onde, porquê nem como, embora a resposta a onde, provavelmente, fosse presumidamente tida pelo autor como sendo do conhecimento comum); é também resumido (por exemplo, as festas em honra do novo bispo de Braga são resumidamente comparadas às "mais célebres festas que fizeram as Metrópoles da Europa nas entradas de seus Príncipes", sem qualquer descrição das mesmas); impõe generalizações (por exemplo, o autor, estereotipadamente, acusa *todos* os portugueses que vivem em territórios conquistados de o fazerem descuidadamente, pondo em perigo a sua segurança e a reputação do Reino: "Este abominável descuido com que os nossos Portugueses vivem, fora da barra, com tanta segurança como se estivessem no sertão de Portugal, os tem muitas vezes trazido às maiores misérias do mundo (...)"); e integra no todo excertos de discursos de terceiros (por exemplo, o do papa sobre os ingleses).

A transformação de um acontecimento num enunciado implica, de facto, toda uma codificação linguística, presidida pela cognição, que pressupõe, à partida, que há espaços de consenso e de conhecimento partilhado numa comunidade que co-determinam o que *deve ser contado* e *como deve ser contado* (cf. Fowler, 1994). Isso é notório nas *Relações*, onde se estabelecem *cumplicidades com o leitor* que ancoram, por exemplo:

- Na inexistência de informação que seria relevante para elementos estranhos à realidade portuguesa seiscentista entenderem o que estava em causa (para perceber, por exemplo, por que razão o Rei de Espanha era igualmente Rei de Portugal, ou onde morreu a Infanta e qual Infanta):

- Nos elementos do inconsciente colectivo propagados nas notícias (por exemplo, o mito dos intrépidos religiosos que preferem ser mártires do que abdicar da fé ou o mito da intervenção divina nos destinos do homem, nomeadamente a ideia de que várias das desventuras dos portugueses se deviam mais a castigo divino do que às consequências dos

seus actos e decisões, sendo que mantendo a fé e seguindo os ensinamentos católicos se obteriam recompensas);

- Nos juízos de senso-comum emitidos por Manuel Severim de Faria a propósito dos mais variados assuntos, desde a maneira de combater à agricultura, que certamente poderiam ser compartilhados pela generalidade dos portugueses da época.

Estabelecendo laços com a comunidade em que estavam inseridas, as *Relações* de Manuel Severim de Faria podem ser vistas, similarmente ao que argumenta Maingueneau (1990), como instrumentos discursivos, simbólicos, que retroactivamente contribuem para a reconstrução e sustentação dessa comunidade. As *Relações* voltam-se, de facto, para o objectivo de *dar a conhecer à comunidade* notícias sobre o que a afectava directa ou indirectamente mas também sobre o que, genericamente, se passava no mundo. Podendo ser consumidos por qualquer pessoa de qualquer lugar, desde que entendesse o português e tivesse acesso à informação, o discurso das *Relações*, como a generalidade do discurso jornalístico, é um discurso aberto, susceptível de contribuir, consequentemente, para a construção de uma comunidade aberta.

As *Relações* aqui estudadas oferecem-nos, simultaneamente, notícias e histórias, narrativas. Melhor dizendo, as notícias das *Relações* são histórias. Mais, elas são, como vimos, histórias cujas formas reflectem a história das maneiras de narrar e cujos enquadramentos indiciam a forma de olhar para o mundo e os valores da época em que foram escritas. Como argumentaria Schudson (1988; 1995), o seu conteúdo foi encaixado numa estrutura narrativa pré-existente, como acontece com toda a notícia.

Um dos primeiros autores a enfatizar a ideia de que as notícias são histórias com história e produzidas numa determinada cultura foi Robert Darnton (1975). Para ele, as notícias são eternas, no sentido de serem sobre o que sempre foi notícia: política, desastres, pessoas famosas, etc. É o que acontece nas *Relações* de Manuel Severim de Faria. Factos e histórias são constituídos em

interacção: em jornalismo, os factos são sempre uma *história dos factos*. As histórias jornalísticas, ou seja, as notícias, baseiam-se em factos e os factos necessitam das histórias, ou seja, de notícias, para "existirem". Mais do que isso: as notícias, ou histórias jornalísticas, são montadas a partir de factos disponíveis e relevantes. O jornalista demonstra a sua capacidade sabendo como encontrar os factos mais relevantes e interessantes e sabendo como montar a notícia, como uma história, a partir deles. Em suma, o jornalista demonstra a sua capacidade reconhecendo quando está perante uma boa história e sabendo narrá-la. O autor das *Relações*, Manuel Severim de Faria, descobriu (ou contaram-lhe) essas boas histórias e teve a capacidade de narrá-las como boas histórias, conquistando os leitores e usando os enquadramentos do mundo próprios da época para incrementar o interesse dos receptores. Afinal, uma história bem contada é sempre uma história bem contada e para ser bem contada cada enunciador tem de ter em conta o que se conhece, nomeadamente o que já constitui *acervo público de conhecimento*, e o que é desconhecido...

Elisabeth Bird e Robert Dardenne (1988) falam, igualmente, das notícias como sendo histórias construídas no seio de uma gramática da cultura. São, assim, histórias representativas dessa cultura e ajudam a compreender os seus valores e símbolos. Enquanto narrativas, as notícias possuem códigos simbólicos reconhecidos pela audiência, que, inclusivamente, balizam as fronteiras do aceitável e do inaceitável. Ettema e Glasser (1998) acrescentam, por seu turno, que o reportório cultural determina a notícia, pois, segundo os autores, são as linhas de força de cada história, pré-existentes numa determinada cultura, que ajudam a construir os factos. Brown (1979) vai mais longe, sugerindo que as histórias que as notícias são reflectem as preocupações sociais em cada momento, sendo essa uma das características que lhes confere êxito social. As *Relações* de que este estudo dá conta ilustram bem as ideias dos diferentes autores atrás citados, quer como dispositivos discursivos de natureza cultural, quer como artefactos que indiciam as omnipresentes preocupações seiscentistas com o destino de Portugal, das suas conquistas, do seu povo, da sua economia, da sua defesa, dos seus navios, bem como com o futuro do catolicismo. A essas preocupações não será

alheio o facto de Manuel Severim de Faria ter sido um prelado, membro das elites, que certamente discutiam esses assuntos.

Por seu turno, Phillips (1976) mostra que o jornalismo privilegia o concreto e particular e não o estrutural. O jornalismo favorece, assim, familiaridade acerca das coisas e não conhecimentos profundos sobre elas. As *Relações* são exemplos antigos do que diz Phillips: reportam casos singulares que trazem ao leitor um certo tipo de familiaridade com os acontecimentos, mas bastante afastada do conhecimento estrutural, conforme, certamente, concluiria a autora.

Phillips (1976) explica, também, que as notícias são repetitivas porque os acontecimentos noticiados têm previamente de fazer sentido como acontecimentos dignos de serem notícia. Os acontecimentos, por inesperados que sejam, devem ser "esperados". As notícias das *Relações*, que encaixam nos critérios intemporais de noticiabilidade, documentam, precisamente, a explicação de Phillips. Não nos admiramos ao ler as notícias das *Relações*, mais precisamente, não nos admiramos com aquilo que era notícia em seiscentos porque, estruturalmente, se tratam das "mesmas notícias" que leríamos hoje em dia num qualquer jornal, embora variando protagonistas, situações concretas e enquadramentos. Ontem como hoje, hoje como ontem, as notícias são previsíveis porque os "grandes" critérios de noticiabilidade são intemporais e estão profundamente inscritos na nossa cultura, ela própria moldada historicamente pelas circunstâncias reais da vida humana.

Acentuando as explicações culturológicas para as notícias, Michael Schudson (1988) diz que estas podem ser vistas na perspectiva dos géneros literários, assemelhando-se a romances, tragédias, comédias e sátiras. As *Relações* narram, essencialmente, tragédias e episódios de acção, mas algumas das notícias parecem, pontualmente, metamorfosear-se em sátiras, o que ajuda a conferir-lhes interesse como reportagens e narrativas. É o caso da notícia sobre o auditor que quando é acusado, presumivelmente por suspeita de desfalque ou corrupção, se indigna e ameaça os oficiais de justiça, mas no dia seguinte é preso e colocado em Badajoz. É também o caso da notícia sobre a saída intempestiva de D. Diogo da Silva do governo de Portugal, apesar dos rogos dos amigos. As *Relações* de Manuel Severim de Faria devem, assim, parte do seu interesse, na óptica do leitor, à

variedade temática (que evita o aborrecimento), ao facto de narrarem excelentes tragédias (os naufrágios, as cheias, as mortes...), misturadas com curtos romances de acção (as batalhas terrestres e navais) e leves contos de sociedade (as visitas do Rei, as nomeações...), adicionando ainda à receita um ou outro pormenor revelador da comédia humana − e dos humanos defeitos. Elas misturam drama (tragédias pessoais, sofrimento dos náufragos...), acção (combates, naufrágios, explorações de países distantes, actos heróicos...), morte, exotismo (países e povos diferentes). Elas revelam um mundo desconhecido que os Descobrimentos e o comércio global desvelavam, episódios da vida de personagens reais da elite aristocrática e burguesa de Portugal, tudo enquadrado pela omnipresente religião. Estimulam a imaginação, fazem o leitor viajar por lugares longínquos, revivendo aventuras e tragédias e comovendo-se com o destino dos soldados, dos fidalgos, dos náufragos, enfim, com o destino das pessoas. Permitem a personalização do relato, ao narrarem dramas ou actos heróicos individuais de figuras famosas da época. Ou seja, obedecem a vários critérios de noticiabilidade, tal e qual as notícias sempre obedeceram. Contribuem para o leitor *viver a aventura por interposta pessoa*, *conhecer lugares distantes pela pena do "jornalista"*, participar indirectamente na epopeia dos Descobrimentos, na defesa das Conquistas, nos riscos do comércio ultramarino, cujos finais eram muitas vezes funestos, como advertia o Velho do Restelo n'*Os Lusíadas*, de Camões. As *Relações* de Manuel Severim de Faria mostram, afinal, que as lágrimas de uns podem ser as lágrimas de todos, os padecimentos de uns podem ser os padecimentos de todos, as alegrias de uns podem ser as alegrias de todos, pois afinal os jornalistas são, antes de mais, os membros de uma comunidade e reflectem os valores dessa comunidade antes de qualquer valor jornalístico, nomeadamente quando a comunidade está ou parece estar em perigo (e nisto discordamos que se possa tratar a ideia de que uma comunidade possa estar em perigo como mero mito, ao contrário de Lule, 2001).

Parte do suposto interesse das *Relações* junto do seu público deve-se, também, ao facto de elas satisfazerem a *curiosidade humana*. Elas satisfazem o interesse pelos novos mundos que os Descobrimentos abriam ao mundo, o interesse pelas viagens marítimas e pelas condições em que

estas decorriam, o interesse pelos povos e culturas distantes, pelas conquistas de Portugal, pela vida na corte, pelo que se passava no país e no estrangeiro. Mas elas também satisfazem, particularmente, esse interesse desmesurado pela vida dos outros, em particular quando os outros são pessoas mais ou menos famosas, nomeadamente fidalgos e prelados, cujas referências seriam familiares no século XVII, interesse esse que ainda hoje alimenta as *Holas*, as *Caras* e outras revistas "de celebridades". As vicissitudes dos "famosos" parecem calar mais junto do público, emocionar mais as pessoas, quiçá porque os tornam mais humanos. Quando a tragédia bate à porta dessas pessoas, mostra-nos que também pode bater, com facilidade, à nossa porta. Quando os famosos se comportam como heróis, parece que nós também nos podemos tornar heróis. Consumimos essa informação, como se consumia em Seiscentos, porventura para termos coragem de enfrentar a vida, exorcizando os nossos próprios medos e fantasmas e evitando o que possa colocar em risco a nossa sobrevivência. Consumimos essa informação para pensarmos no que a nossa vida é, poderia ser ou poderia ter sido, sendo neste particular que se evidencia o fundo moral de várias das notícias das *Relações* − já que, conforme Manuel Severim de Faria aconselha, poderemos escapar ao mal e até sermos triunfadores se cumprirmos determinadas regras, algumas das quais de mero bom-senso.

Uma outra causa para o presumível interesse das *Relações* aqui estudadas junto do respectivo público diz respeito à *proximidade com os eventos*. Proximidade temporal (dentro do contexto da época), mas também afectiva e cultural ou até mesmo geográfica, pois nas *Relações* são referidas, maioritariamente, notícias de Portugal ou em que portugueses estavam envolvidos, bem como notícias que diziam respeito a Espanha, aliada privilegiada no contexto da Monarquia Dual, que partilhava o monarca com Portugal. O interesse pelo que acontecia nas "conquistas de Portugal", nos "estados fora da barra", era, aliás, potenciado pelo facto de que, segundo Vitorino Magalhães Godinho (1963), cerca de um quinto (em certas ocasiões um quarto) da população portuguesa, entre os séculos XVII e XVIII, esteve directa ou indirectamente envolvida nos Descobrimentos e nas Conquistas. Assim, mesmo que não se possa falar da existência de critérios de relevância noticiosa ligados à proximidade geográfica para se justificarem determinadas notícias, nota-se a proeminência

dos critérios de proximidade afectiva, cultural, em suma, *nacional* − no território continental ou fora dele, todas as conquistas eram vistas como sendo Portugal, uma mera extensão territorial do país, habitadas por portugueses (e seus aliados nativos).

Shoemaker e Reese (1996: 114) dizem que as histórias jornalísticas, para serem atraentes, tendem a integrar os mitos mais proeminentes numa determinada cultura. As histórias narradas nas *Relações* aqui estudadas são também narrativas míticas sobre Portugal e a sua missão no mundo ("dar novos mundos ao mundo, pôr em contacto povos e culturas"), onde o espírito de cruzada se entrelaça com o espírito dos Descobrimentos, onde se manifesta o desejo de reforço da fé cristã e se dá sentido à ideia da missão civilizadora de Portugal no mundo. No entanto, pode também identificar-se nas relações uma dimensão ideológica, na medida em que elas não beliscam a hierarquia social nem o sistema e se centram na vida, acção e citação de fidalgos, apresentados, normalmente, como corajosos e intrépidos aventureiros (tal como alguns dos religiosos que propagavam a fé entre os gentios e que, por vezes, sofriam o martírio), o que lhes empresta uma auréola romântica; ou ainda apresentados como pessoas ponderadas e de consideração, bons governantes e administradores. A maioria do jornalismo generalista de ontem, tal como o de hoje, mesmo que não fosse, nem seja, monolítico, tendeu, e tende, a preservar o *statu quo*[23].

Finalmente, as *Relações* contribuíram, como acontece hoje em dia com os jornais actuais, para construir referências compartilhadas, mais ou menos indiciáticas, sobre o mundo, integrando e categorizando o particular no geral; embora ao mostrarem e evidenciarem algo, inevitavelmente também ocultem algo, as *Relações* concorreram para edificar conhecimento comum sobre o mundo, para arquitectar o acervo social de conhecimento de que falavam Berger e Luckmann (1966/1991). Um conhecimento não estrutural, é certo, mas um conhecimento − o conhecimento jornalístico (cf. Park, 1940; Meditsch, 1992), que em grande medida depende dos enquadramentos impostos aos acontecimentos (para o caso presente, o conhecimento jornalístico dependeu dos enquadramentos impostos por Manuel Severim de Faria aos eventos que relatou). As *Relações* tiveram,

[23] E isto pode ser bom ou mau consoante a ideologia de cada um, pelo que essa discussão não compete às Ciências.

consequentemente, efeitos cognitivos, para além dos efeitos afectivos que produziram ao narrar as venturas e desventuras dos protagonistas das histórias.

Conclusões

Quando começa o jornalismo? Eis uma questão a que ninguém pode responder, pois o jornalismo resulta de um processo contínuo cujas raízes remontam à pré-história e à transmissão oral de novidades, com objectivos tão simples como os de assegurar a sobrevivência e preservar a memória identitária dos grupos. Podemos datar certas publicações emblemáticas no que respeita à intenção jornalística, periódicas ou ocasionais, mas não mais do que isso. É esse mesmo juízo que, aliás, emana de obras como a de Rizinni (1968), justamente intitulada *O Jornalismo **Antes** da Tipografia*.
Quando começa o jornalismo em Portugal? Eis outra questão que pelas mesmas razões não pode ser respondida, apesar de também podermos datar, com maior ou menor acerto, o aparecimento de algumas publicações, periódicas ou ocasionais, de índole jornalística. O aparecimento das publicações jornalísticas periódicas em Portugal, por exemplo, está bem documentado, reportando-se ao lançamento das chamadas *Gazetas* da Restauração, em Novembro de 1641[24].
As *Relações* de Manuel Severim de Faria são jornalísticas? Sem dúvida que sim. A primeira e principal conclusão deste trabalho é, pois, considerar essas publicações como exemplos do jornalismo emergente e, nesse sentido, como *jornais*. São várias as razões que podemos adiantar para que lhe reconheçamos esse estatuto:

[24] Num texto atribuído a Alexandre Herculano, publicado na revista *O Panorama*, de 31 de Março de 1838, regista-se, porém, o seguinte: "A gazeta mais antiga que vimos foi uma do mês de Novembro de 1641. Existe esta, com outras subsequentes, na biblioteca pública da corte, metidas todas numa pasta, onde se conservam com a estimação que merecem. Esta gazeta está marcada ao alto da primeira página com o número 4, feito à mão, com tinta que mostra bastante antiguidade, e assim o estão as subsequentes com os números sucessivos, o qe nos faz conjecturar que talvez as gazetas remontem ao ano de 1640 e que começassem logo depois da revolução, supondo que nalguns meses se publicaram duas, como para diante aconteceu."

1) As *Relações* impressas de Severim de Faria não eram periódicas, mas o jornalismo é um fenómeno demasiado complexo para ser apenas identificado pela periodicidade ou por factores análogos, como a continuidade de uma publicação. Por exemplo, ainda hoje são publicados ocasionalmente livros-reportagens, por jornalistas, e não é por isso que os consideramos menos jornalísticos. Pelo contrário, a sua ocasionalidade até os enobrece e dá-lhes um estatuto que impele a conservá-los, o que não sucede com as publicações jornalísticas periódicas.

2) As *Relações* de Manuel Severim de Faria possuíam aquela que possivelmente é a marca mais indelével do jornalismo: transmitir notícias à distância, servindo um determinado público (foram impressas, precisamente, para levar notícias a um determinado público). Elas noticiam acontecimentos notáveis, recentes (dentro do contexto da época), muitas vezes dramáticos. Apesar de estarem redigidas, no início e no final, sob a forma de cartas pessoais, consequência do aproveitamento das relações manuscritas que serviram para Manuel Severim de Faria, certamente membro de uma rede de pessoas ávidas por informação, se corresponder com vários dos seus contemporâneos ilustres, as *Relações* tinham pouco de pessoal[25]. Elas destinavam-se à difusão pública. Elas visavam, sobretudo, fazer circular publicamente notícias, obtidas, com grande probabilidade, de várias fontes:

> a) Os correspondentes e informadores de Manuel Severim de Faria, que lhe enviariam cartas noticiosas do mesmo tipo daquelas que este autor nos legou;
>
> b) Os manuscritos noticiosos e as publicações impressas, como as próprias *Relações*, nas quais Severim de Faria, um bibliófilo que certificadamente possuía uma das melhores bibliotecas particulares do seu tempo em Portugal e dominava o

[25] Conclusão semelhante têm, ademais, Lisboa, Miranda e Olival (2002: 15), a propósito das gazetas manuscritas do século XVIII.

latim (há trechos em latim nas *Relações*), língua franca da época[26], certamente investiria alguns dos seus rendimentos;

c) Aqueles a quem Severim de Faria certamente interrogava e com quem conversava: os marinheiros que vinham de terras distantes, os soldados que participavam nas batalhas, os fidalgos que relatavam a vida na Corte, os viajantes que lhe contavam novidades do que tinham visto ou do que também tinham ouvido contar, etc.

3) Algumas das notícias das *Relações* poderiam não caber no conceito que hoje em dia temos de "actualidade", mas, presumivelmente, eram novidades para quem as recebia, que as desconheceria. Sublinhe-se, inclusivamente, que a "actualidade" não é um factor identificador de todo o jornalismo e que permita, só por si, estabelecer uma fronteira entre o que é e não é jornalístico. Comprovam-no quer os documentários e reportagens que aprofundam, analisam, articulam e evocam temas já noticiados quer as reportagens históricas, muitas delas revisitando jornalisticamente acontecimentos já dissecados uma e outra vez por numerosos historiadores, e o sucesso de publicações como a *National Geographic − History*, a *Historia y Vida* ou mesmo a revista portuguesa *História*. Nas reportagens históricas, joga-se a capacidade de presentificar eventos passados, de fazer reviver personagens desaparecidas, de transmitir novos pontos de vista sobre acontecimentos históricos ou de recordar ideias já estabelecidas sobre eles. À semelhança dessas reportagens históricas, também as *Relações* de Severim de Faria permitiram aos seus leitores tornar presentes acontecimentos passados, fosse como novidades, fosse como revisitas aos mesmos.

[26] Alguns dos primeiros dispositivos jornalísticos, incluindo alguns livros noticiosos periódicos, foram escritos em latim.

4) A ambição historiográfica, que as *Relações* também possuíam, apenas aumenta o seu valor e a sua nobreza, não o diminui. Aliás, ainda se publicam, contemporaneamente, *anuários* de notícias e outras sínteses noticiosas, ocasionais ou periódicas, elaboradas por jornalistas, cujo valor é essencialmente historiográfico, mas a que não pode ser negada, identicamente, ambição jornalística.

5) As *Relações* descrevem acontecimentos reais, alguns em profundidade, mais extensiva que compreensivamente, outros sinteticamente, sob a forma de notícias breves. Em alguns casos, as *Relações* exploram, analiticamente, causas e consequências dos acontecimentos, ajuízam, opinam. Em suma, as suas características básicas, deste ponto de vista, não se afastam do que encontraríamos num jornal contemporâneo.

6) As notícias das *Relações* foram seleccionadas e elaboradas à luz de critérios de valor noticioso intemporais (actualidade, possibilidade de personalização e dramatização das histórias, referência a tragédias, lutas e morte e à vida de pessoas famosas, negatividade, conflito, etc.) que ainda hoje contribuem para regular o processo jornalístico;

7) Apesar das liberdades analíticas e estilísticas de Manuel Severim de Faria, destinadas a intensificar e enquadrar (por vezes religiosamente) os relatos, nota-se que os textos foram, jornalisticamente, produzidos com intenção de verdade, rigor e ânimo de fidelidade aos factos, sendo várias as referências rigorosas a datas e locais, as citações directas ou sob a forma de paráfrase, etc. Parece emanar das *Relações* o apego do respectivo autor à verdade e aos factos, seguindo, aliás, a tradição da historiografia iniciada por autores como Tucídides e Xenofonte na Grécia Antiga. O valor jornalístico da verdade no relato é, assim, notoriamente, um valor historicamente consolidado, que transcende, inclusivamente, as fronteiras do jornalismo.

A segunda conclusão que podemos extrair do trabalho é a de que as *Relações* dão conta de muitas das preocupações e impulsos que dominavam o inconsciente colectivo português seiscentista face a uma realidade inclemente: a incerteza quando ao futuro, desencadeada pela crise económica e social; a ideia, com fundamentos reais, de que a *comunidade estava em perigo*, devido às ameaças internas e externas; a noção mítica, profundamente embrenhada na mentalidade portuguesa, de que Portugal tinha a missão de propagar e defender o catolicismo romano, etc. Por outro lado, observa-se nas *Relações* a consciência de uma *identidade nacional*, independentemente do contexto de Monarquia Dual e das conexões que, nessa época, inevitavelmente ligavam Portugal a Espanha, associavam portugueses e espanhóis. Pode-se, assim, afirmar que os relatos jornalísticos, ontem como hoje, são histórias que indiciam o mundo real e as circunstâncias de cada época, por vezes atentando mais no particular do que no geral, naquelas pequenas coisas que afectam directa e quotidianamente as pessoas do que nos grandes temas, mais abstractos, mas sem lhes fugir. O jornalismo tem, afinal, uma história e essa história revela-se, como vimos, nas formas e nos conteúdos das notícias. O jornalismo é, pois, uma história do mundo continuada, é um *curriculum* da humanidade. As notícias de hoje acrescentam novidade às antigas, mas como os critérios de noticiabilidade são, de certa forma, intemporais, parece que há novidade sem verdadeira mudança, como disse Phillips (1976).

Como terceira conclusão, temos dados que permitem afirmar que os esquemas narrativos usados nas *Relações* são estruturalmente semelhantes a alguns dos esquemas narrativos ainda hoje presentes no discurso jornalístico. Pode dizer-se, assim, que vários formatos e formas de narrar se repetem ao longo dos tempos, mais ou menos reconvertidos e reconfigurados. Se os conteúdos jornalísticos têm uma história, as formas de relatar também as têm, sendo que os conteúdos se adaptam à forma, como observámos nas *Relações* aqui estudadas, que seguem regras da retórica clássica, cujas bases remontam ao Mundo Antigo e perduram na actualidade. Notam-se, nomeadamente, as preocupações informativas do autor, a tentativa de não ser prolixo, mas antes comedido e também claro e concreto,

apesar das derivas moralistas, dos juízos e dos enquadramentos religiosos próprios da cultura e forma de ver as coisas da época, que se plasmaram, conjunturalmente, na prosa de Manuel Severim de Faria. A este propósito, pode-se, também, realçar que se nota nas *Relações* uma tendência do autor para a análise das situações, o que aproxima os relatos da enunciação jornalística especializada contemporânea. É possível afirmar, ainda, que o possível sucesso das *Relações*, prosseguido, documentadamente, a partir de 1641 com as *Gazetas da Restauração*, antecipa o sucesso que viria a ter o jornalismo noticioso, generalista e popular e, simultaneamente, ilustra a existência prévia de algumas das condições que vieram a permitir o êxito do jornalismo industrial no século XIX.

Algumas derradeiras questões ficarão, porém, por responder em definitivo, podendo ser objecto de investigação posterior. Quantos exemplares das *Relações* foram impressos, tendo em conta que só localizámos um de cada número publicado em bibliotecas públicas portuguesas? Por que razão foram impressas, aparentemente, apenas duas das 31 relações manuscritas da *História Portuguesa* de Manuel Severim de Faria? A nossa resposta é a de que, se as *relações* alimentavam a circulação pública de notícias numa rede de correspondentes, é possível que Manuel Severim de Faria tenha querido satisfazer, simultaneamente, um determinado número de correspondentes que possam ter ouvido falar de algumas das suas *relações* manuscritas, pelo que a solução que lhe ocorreu para atingir esse objectivo terá sido mandar imprimir essas relações, para as despachar por correio (no início do século XVII já existiam serviços de correio, pois estes foram instituídos por D. Manuel I, em 1520, tendo sido nomeado Luís Homem para o cargo de correio-mor do Reino). Outra hipótese é a de que Manuel Severim de Faria tenha querido vender ao público interessado alguns exemplares das suas *relações*. O número limitado de cópias, devido aos constrangimentos tecnológicos e económicos da época à circulação de informação impressa, ajudaria a perceber as razões pelas quais tão poucos exemplares sobreviveram.

Bibliografia

ALCADE, C. *Como Leer un Periodico*. Barcelona: ATE, 1981.

ALSINA, M. R. *La Construcción de la Noticia*. 2ª edición. Barcelona: Paidós, 1993.

ALVES, L. A. M. *Subsídios para a História da Imprensa em Portugal.* Porto: Centro de Estudos Humanísticos, 1983 (monografia fotocopiada).

ANSELMO, J. *Bibliografia das Bibliografias Portuguesas*. Lisboa: Biblioteca Nacional, 1923.

ARAÚJO, N. Das *Relações* e da *Gazeta* de 1641 ao Jornalismo do Século XX. *Boletim do Sindicato Nacional dos Jornalistas*, n. 4 (Comemorativo do Tricentenário da *Gazeta*), Outubro/Novembro/Dezembro de 1941: 119-124.

AROUCA, J. F. *Bibliografia das Obras Impressas em Portugal no Século XVII*. Lisboa: Biblioteca Nacional, 2003.

BACKTIN, M. M. *The Dialogic Imagination*. Austin: University of Texas Press, 1981.

BACKTIN, M. M. The problem of speech genres, *in* EMERSON, C. e HOLQUIST, M. (Eds.). *M. M. Backtins: Speech Genres and Other Late Essays*. 6th edition. Austin: University of Texas Press, 1996 [edição original de 1952-1953].

BAHIA, J. *Jornal, História e Técnica: História da Imprensa Brasileira*, vol. 1, 4ª edição, São Paulo: Ática, 1990.

BAKHTINE, M. *Le Marxisme et La Philosophie du Langage*. Paris: Éditions de Minuit, 1977 [edição original de 1929].

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1995.

BARRERA, C. (Coord.) *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona: Ariel, 2004.

BELO, A. *As Gazetas e os Livros. A Gazeta de Lisboa e a Vulgarização do Impresso (1715-1760)*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2001.

BELTRÃO, L. *Iniciação à Filosofia do Jornalismo*. São Paulo: Editora da USP e Com-Arte, 1992 [edição original de 1960].

BERGER, P. L. e LUCKMANN, T. *A Construção Social da Realidade*. 9ª edição. Petrópolis: Vozes, 1991 [Edição original de 1966].

BERNARDES, J. A. C.; CASTRO, A. P.; FERRAZ, M. L. A.; MELO, G. C. e RIBEIRO, M. A. (Dir.). *Biblos. Enciclopédia Verbo das Literaturas de Língua Portuguesa*. Vol. II. Lisboa: Verbo, 1995.

BESSA, A. (Director). *A Exposição da Imprensa*. Número único publicado em comemoração do primeiro certame jornalístico que se realiza em Portugal por ocasião das festas do IV centenário da descoberta do caminho marítimo para a Índia. Lisboa: Imprensa de Libano da Silva, 1898.

BESSA, A. *O Jornalismo. Esboço Histórico da Sua Origem e Desenvolvimento Até aos Nossos Dias*. Lisboa: Livraria Editora Viúva Tavares de Castro, 1904.

BIBLIOTECA NACIONAL DE LISBOA. *Catálogo da Exposição Comemorativa do Tricentenário do Primeiro Periódico Português. Imprensa Periódica Portuguesa na Metrópole e no Império. Séculos XVII – XIX*). Lisboa: Biblioteca Nacional, 1941

BIRD, E. e DARDENNE, R. Myth, chronicle, and story: Exploring the narrative qualities of news, *in* CAREY, J. W. (Ed.) *Media, Myths and Narratives*. Newbury Park: Sage, 1988.

BOURDIEU, P. *Questions de Sociologie*. Paris: Éditions du Minuit, 1984.

BOYCE, G.; CURRAN, J. E WINDGATE, P. (Eds.). *Newspaper History from the 17th Century to the Present Day*, London: Constable, 1978.

BRAOJOS GARRIDO, A. De los antecedentes a la conquista de la libertad de expresión, *in* GÓMEZ MOMPART, J. L. e MARÍN OTTO, E. (Eds.). *Historia del Periodismo Universal*, Madrid: Síntesis, 1999.

BRITO, B. G. *História Trágico-Marítima*. Barcelos: Editora do Minho, 1942 [Edições originais de 1735/1736, respectivamente 1º e 2º volumes].

BROWN, R. M. The gatekeeper reassessed: A return to Lewin. *Journalism Quarterly*, vol. 56, 1979.

CÁDIMA, F. R. *História e Crítica da Comunicação*, Lisboa: Século XXI, 1996.

CAREY, J. Communication and culture. *Communication Research*, 2, 1975.

CAREY, J. Some personal notes on US journalism education. *Journalism*, vol. 1, n.º 1, 2000.

CIDADE, H. *A Literatura Autonomista Sob os Filipes*. Lisboa: Livraria Sá da Costa, 1940.

COELHO, J. P (Dir.). *Dicionário de Liteatura*. Vol. II. Porto: Figueirinhas, 1984.

COMAN, M. *Pour Une Anthropologie des Medias*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 2003.

COSTELLA, A. *Comunicação – Do Grito ao Satélite*. 3ª edição. São Paulo: Editora Mantiqueira, 1984.

CUNHA, A. Discurso do Sr. Dr. Alfredo da Cunha. *Boletim do Sindicato Nacional dos Jornalistas*, 1945: 250 – 263.

CUNHA, A. *Elementos para a História da Imprensa Periódica Portuguesa (1641-1821)*. Separata das *Memórias da Academia das Ciências de Lisboa*, classe Letras, 4. Lisboa: Academia das Ciências de Lisboa, 1941.

CUNHA, A. La Presse Périodique en Portugal. Bref Mémoire Présenté au Cinquième Congrès International de la Presse, à Lisbonne. Comunicação ao V Congresso Internacional da Imprensa, Lisboa. Lisboa: Diário de Notícias, Setembro de 1898.

CUNHA, A. *O Diário de Notícias. A Sua Fundação e os Seus Fundadores. Alguns Factos para a História do Jornalismo Português.* Lisboa: Tipografia Universal, 1914.

CUNHA, A. *O Tricentenário da Publicação do Primeiro Periódico Português. As Relações de Manuel Severim de Faria e as Gazetas da Restauração*. *Comunicação Que o Sócio Correspondente sr. Alfredo da Cunha fez na Sessão da 2ª Classe em 10 de Abril de 1930.* Separata do *Boletim da Academia das Ciências de Lisboa*, nova série, vols. I e II: 358-371. Coimbra: Imprensa da Universidade: 1929/1930.

CUNHA, A. *Olisipo, Berço do Periodismo Português. O Tricentenário da "Gazeta" Cognominada "da Restauração"*. Separata da revista *Olisipo*, nºs. 7 e 8, 1939.

CUNHA, A. *Periódicos e Relações, Periodistas e Noticiários*. Separata do *Boletim da Academia de Ciências de Lisboa*, Vol. 13, Dezembro de 1941, 1942.

CUNHA, A. Relances Sobre os Três Séculos do Jornalismo Português. *Boletim do Sindicato Nacional dos Jornalistas*, n.º 4 (Comemorativo do Tricentenário da *Gazeta*), Outubo/Novembro/Dezembro de 1941: 5 – 11.

CUNHA, A. O Jornalismo. As Relações de Manuel Severim de Faria e as Gazetas da Restauração. Os Mercúrios. Quem Foi o Primeiro Periodista Português, *in* SAMPAIO, Albino Forjaz de. *História da Literatura Portuguesa Ilustrada*. Vol. III. Lisboa: Bertrand, 1932: 220-236.

CURRAN, J. The press as an agency of social control: An historical perspective, *in* BOYCE, G. *et al.* (Eds.) *Newspaper History: From the 17th Century to the Present Day*, London: Constable, 1978.

D'ALGE, C. O primeiro jornal português. *Comunidades de Língua Portuguesa*, 1983.

DARNTON, R. Writing news and telling stories. *Deadalus*, n.º 104, 1975.

DELPORTE, C. *Histoire du Journalisme et des Journalistes en France*, Paris : PUF, 1995.

EMERY, M. e EMERY, E. *The Press and America. An Interpretive History of the Mass Media*, 8th edition. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1996.

ERICSON, R.; BARANEK, P. e CHAN, J. *Visualizing Deviance: A Study of News Organizations*. Toronto: University of Toronto Press, 1987.

ETTEMA, J. e GLASSER, T. *Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue*. New York: Columbia University Press, 1998.

FAIRCLOUGH, N. *Discourse and Social Change*. 3rd. edition. London: Polity Press, 1995.

FAIRCLOUGH, N. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 1995.

FERNÁNDEZ PARRATT, S. *A Reportaxe de Prensa en Galicia*, Tese de doutoramento apresentada à Universidade de Santiago de Compostela, 2001.

FIGANIÉRE, J. C. *Bibliografia Histórica Portuguesa*. Lisboa: Tipografia Panorama, 1850.

FISHMAN, M. *The Manufacture of News*. Austin: University of Texas, 1980.

FISKE, J. *Introdução ao Estudo da Comunicação*. Porto: Asa, 1993.

FONSECA, M. A. *Subsídios Para um Dicionário de Pseudónimos Iniciais e Obras Anónimas de Escritores Portugueses. Contribuição Para o Estudo da Literatura Portuguesa*. Lisboa: Academia Real das Ciências, 1896.

FOUCAULT, M. *A Ordem do Discurso*. Lisboa: Relógio d'Água, 1997 [edição original de 1970].

FOUCAULT, M. *Vigiar e Punir*. 20ª edição. Petrópolis: Vozes, 1999 [edição original de 1975].

FOWLER, R. *Language in the News*. 3rd edition. London: Routledge, 1994.

GALTUNG, J. e RUGE, M. The structure of foreign news. *Journal of International Peace Research*, vol. 1, 1965.

GAMSON, W. (1989): News as framing. *American Behavioural Scientist*, 33.

GAMSON, W. e MODIGLIANI, A. Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, vol. 95, n.º 1, 1989.

GAMSON, W.; CROTEAU, D.; HOYNES, W. e SASSON, T. Media images and the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, vol. 18, 1992.

GANS, H. *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Books, 1979.

GIDDENS, A. *Modernidade e Identidade Social*. Oeiras: Celta, 1994.

GIDDENS, A.; BECK, U. e LASH, S. *Modernização Reflexiva*. São Paulo: UNESP, 1995.

GITLIN, T. (1980): *The Whole World is Watching*, Berkeley: University of California Press.

GODINHO, V. M. *Os Descobrimentos e a Economia Mundial*, Lisboa: Arcádia, 1963.

GOFFMAN, E. (1975): *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, Boston: Northeastern University Press.

GÓMEZ MOMPART, J. L. e MARÍN OTTO, E. (Eds.). *Historia del Periodismo Universal*, Madrid: Síntesis, 1999 a.

GRIMBERG, C. *História Universal*. Vols. X e XI. Lisboa: Publicações Europa-América, 1967.

JEANNENEY, J.-N. *Uma História da Comunicação Social*. Lisboa: Terramar, 1994.

JORGE, M. F. R. *O "Senhor Chantre de Évora": Manuel Severim de Faria, O Homem e o Seu Tempo nas Notícias de Portugal*. Dissertação de Mestrado Interdisciplinar em Estudos Portugueses, apresentada à Universidade Aberta. Lisboa: Universidade Aberta, 2003. Exemplar inédito disponível para consulta na Biblioteca Nacional de Lisboa.

KRIPPENDORFF, K. *Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y Práctica.* Barcelona: Paidós, 1990.

LANCIANI, G. *Os Relatos de Naufrágios na Literatura Portuguesa dos Séculos XVI e* XVII, Lisboa: Instituto de Cultura Portuguesa da Secretaria de Estado da Cultura, 1979.

LEAL, J. S. M. e FIGANIÉRE, J. C. *Catálogo das Importantes Livrarias dos Conselheiros José da Silva Mendes Leal e Jorge César de Figaniére*. Lisboa: Tipografia Universal, 1889

LISBOA, J. L. ; MIRANDA, T. C. P. R. e OLIVAL, F. *Gazetas Manuscritas da Biblioteca Pública de Évora*. Vol. 1 (1729-1731) e Vol. 2 (1732-1734). Lisboa : Edições Colibri, Centro Interdisciplinar de História, Culturas e Sociedades da Universidade de Évora e Centro de História da Cultura da Universidade Nova de Lisboa.

LIVOIS, R. *Histoire de la Presse Française*, Paris : Le Temps de la Presse, 1965.

LÓPEZ GARCÍA, X. (Coord.). *El Caton Compostelano. Estudios.* Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, 2000.

LULE, J. *Daily News, Eternal Stories. The Mythological Role of Journalism*. New York: The Guildford Press, 2001.

MACEDO, N. Glória e Declínio do Império − De D. Manuel I ao Domínio dos Filipes, *in* SARAIVA, José Hermano (Coordenação). *História de Portugal*, vol. 4. Matosinhos: Quid Novi.

MACHADO, Diogo Barbosa. *Biblioteca Lusitana*. Coimbra: Atlântida, 1966 [Fac-simile da edição de 1752].

MAINGUENEAU, D. Le tour ethnolinguistique de l'analyse du discours. *Langages*, 105: 114-125, 1990.

MANSO, J. *O Jornalismo*. Separata do *Boletim da Academia das Ciências de Lisboa*, vol. XIII, Dezembro de 1941.

MARQUES DE MELO, J. *História Social da Imprensa*, Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003 [1ª edição publicada em 1974, sob o título *Sociologia da Imprensa Brasileira*, pela editora Vozes.].

MARQUES DE MELO, J.; FADUL, A.; ANDRADE, A. e GOBBI, M. C. (1999) – O Mercosul na imprensa do Mercosul. (Projecto de pesquisa). Texto policopiado.

MARTINS, R. *Pequena História da Imprensa Portuguesa*. Cadernos Inquérito, Série G − Crítica e História Literária, vol. XV. Lisboa: Editorial Inquérito, 1942.

MATOS, R. P. *Manual Bibliográfico Português de Livros Raros, Clássicos e Curiosos*. Porto: Livraria Portuense, 1878.

MATTOSO, J- (Org.). *História de Portugal*. Lisboa: Círculo de Leitores, 1993.

MEDITSCH, E. *O Conhecimento do Jornalismo*. Florianópolis: Editora da UFSC, 1992.

MUÑOZ-TORRES, J. R. *Por Qué Interesan las Noticias*. Barcelona: Herder, 2002.

MURIALDI, P. *Storia del Giornalismo Italiano*, Bolonia: Il Mulino, 1996.

NAVARRO, F. (Dir.) *História Universal*, vol. 15 (*As Mudanças da Idade Moderna*). Lisboa: Promoway Portugal/Público, 2005.

NEVES, J A. A Imprensa de Língua Portuguesa no Mundo. *Comunidades de Língua Portuguesa*, 1983.

NEVES, J. A. *História Breve da Imprensa de Língua Portuguesa no Mundo*. Lisboa: Direcção Geral da Comunicação Social, 1989.

NORONHA, T. *Ensaios Sobre a História da Imprensa*. Lisboa: Tipografia Franco-Portuguesa de Lallemant, 1857.

PARK, R. News as a form of knowledge: A chapter in the sociology of knowledge. *The American Journal of Sociology*, vol. 45, n.º 5, 1940.

PASSOS, C. Navegação portuguesa dos séculos XVI e XVII. Naufrágio Inéditos. Novos subsídios para a história trágico-marítima de Portugal, *Biblos*, IV, 1928.

PENA RODRIGUEZ, A.. Historia del periodismo portugués, *in* PIZARROSO QUINTERO, A. (Coord.). *Historia de la Prensa*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1994: 331-352.

PEREIRA, A. X. S. *Dicionário Jornalístico Português*, 1895. Inédito manuscrito conservado na Academia das Ciências de Lisboa, Mss. série azul, n.º 445.

PEREIRA, A. X. S. *O Jornalismo Português*. *Resenha Cronológica de Todos os Periódicos Portugueses Impressos e Publicados no Reino e no Estrangeiro Desde o Meados do Século XVI Até à Morte do Saudoso Rei Senhor D. Luís I, Bem Como os Jornais em Língua Estrangeira Publicados em Portugal Durante o Mesmo Tempo. Extraída do Dicionário Jornalístico Português*. Lisboa: Tipografia Soares: 1895.

PEREIRA, A. X. S. *Os Jornais Portugueses. Sua Filiação e Metamorfoses. Notícia Suplementar Alfabética de Todos os Periódicos Mencionados na Resenha Cronológica do Jornalismo Português Recentemente Publicada Pelo Mesmo Autor e Agora Correcta e Aumentada*. Lisboa: Imprensa de Libano da Silva, 1897.

PERES, D. (Org.). *História de Portugal*. Barcelos: Portucalense Editora, 1934.

PEUCER, T. Os relatos jornalísticos. *Comunicação e Sociedade*, n.º 33, pp. 199-214, 2000. (Tradução de *De relationibus novellis*, Leipzig: Tese de Doutorado em Periodística – Universidade de Leipzig, 1690.)

PHILLIPS, E. B. What is news? Novelty without change? *Journal of Communication*, vol. 26, n.º 4, 1976.

PINTO, R. J. *The Evolution of the Structure of Political Journalism in Four "Quality" Newspapers (1970-1995)*. Tese de doutoramento não publicada, apresentada à Universidade do Sussex, 1997.

PIZARROSO QUINTERO, A. (Coord.). *Historia de la Prensa*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 1994.

POMBO, Padre Manuel Ruela (apresentação, estudo e notas). História portuguesa de Manuel Severim de Faria. *A Cidade de Évora*, ano V, n.ºs 13-14, Junho-Setembro, 1947.

PONTE, M. C. M. *Quando as Crianças São Notícia. Contributo Para o Estudo da Noticiabilidade na Imprensa de Informação Geral (1970-2000).* Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, área de Jornalismo, apresentada à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, 2002.

REMÉDIOS, M. *História da Literatura Portuguesa*. 4ª edição. Coimbra: Atlântida, 1914.

RIVARA, J. H. C. Manuel Severim de Faria. *Revista Literária*, tomo III, 2º ano, n.º XVIII, 1839: 353-362.

RIZZINI, C. *O Jornalismo Antes da Tipografia*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1968.

ROCK, P. *Deviant Behaviour*. London: Constable, 1973.

RODRIGUES, A. D. *A Comunicação Social. Noção, História, Linguagem*. 2ª edição. Lisboa: Vega, s/d.

ROTHENBUHLER, E. W. e COMAN, M. *Media Anthropology*. London: Sage, 2005.

S/A [Atribuído a HERCULANO, Alexandre]. Gazetas. Origem das Gazetas em Portugal. *Panorama*, n.º 48, 31 de Março de 1838.

SALVADORI, M. L. (Coord.) *História Universal*, vol. 8 e vol. 9. Lisboa: Planeta DeAgostini para Grupo Cofina, 2005.

SAMPAIO, A. F. (Org.). *História da Literatura Portuguesa Ilustrada*. Vol. III. Lisboa: Bertrand, 1942.

SARAIVA, A. J. e LOPES, Ó. *História da Literatura Portuguesa*. 13ª edição corrigida e actualizada. Porto: Porto Editora, 1985.

SCHUDSON, M. Porque as notícias são como são. *Comunicação e Linguagens*, n.º 8: 1988.

SCHUDSON, M. *The Power of News*, Cambridge: Harvard University Press, 1995.

SCHUDSON, M. *The Power of News*. 2nd edition. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

SCHUDSON, M. The sociology of news production revisited, *in* CURRAN, J. e GUREVITSCH, M. (Eds.) *Mass Media and Society*. London: Edward Arnold, 2000: 175-200.

SCHULZE SCHENEIDER, I. La prensa en Alemania, *in* PIZARROSO QUINTERO, A. *Historia de la Prensa*, Madrid: Editorial Centro de Estúdios Ramón Areces, 1994.

SERRÃO, J. V. *História Breve da Historiografia Portuguesa*. Lisboa: Verbo, 1962.

SERRÃO, J. V. *Historiografia Portuguesa*. Lisboa: Verbo, 1973.

SERRÃO, J. V. *O Tempo dos Filipes em Portugal e no Brasil (1580-1668)*. Lisboa: Edições Colibri, 1994.

SERRÃO, J. V. *Viagens em Portugal de Manuel Severim de Faria 1604 – 1609 – 1625*. Col. Subsídios para a História Portuguesa, vol. 12. Lisboa: Academia Portuguesa de História, 1974.

SEVERIM DE FARIA, M. *Discursos Vários Políticos*. Introdução, actualização e notas de Maria Leonor Soares Albergaria Vieira. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1999.

SEVERIM DE FARIA, M. *História Portuguesa e de Outras Províncias do Ocidente Desde o Ano de 1610 Até o de 1640 da Feliz Aclamação de El-Rei Dom João o 4º Escrita em Trinta e Uma Relações*. Manuscrito disponível em microfilme na Biblioteca Nacional, Lisboa, cota F 1441.

SEVERIM DE FARIA, M. *História Portuguesa e de Outras Províncias do Ocidente Desde o Ano de 1610 Até o de 1640 da Feliz Aclamação de El-Rei Dom João o 4º Escrita em Trinta e Uma Relações*. Copiado na parte que diz respeito ao Brasil, pela primeira vez publicado e anotado pelo Barão de Studart, com um apêndice de 44 documentos inéditos pertencentes à colecção Studart, comemorando o tricentenário da chegada dos primeiros portugueses ao Ceará. Fortaleza, Brasil: Tipografia Studart, 1903.

SEVERIM DE FARIA, M. *Notícias de Portugal,* Introdução, actualização e notas de Francisco A. Lourenço Vaz. Lisboa: Edições Colibri, 2003.

SILVA, I. F. S.; ARANHA, B. e BRITO, J. J. G. *Dicionário Bibliográfico Português*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1987 [reedição fac-similada].

SILVA, I. F.. *Dicionário Bibliográfico Português*. *Estudos de Inocêncio Francisco da Silva Aplicáveis a Portugal e ao Brasil*. Tomo 6. Lisboa: Imprensa Nacional, 1862.

SILVA, J. P. *Manuel Severim de Faria. "O Mais Douto Português do Seu Tempo. Ensaio Biográfico*. Évora: A Defesa, 2003.

SLOAN, W. D. *Perspectives on Mass Communication History*, Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1991.

SMITH, A. *The Newspaper. An International History*, London: Thames and Hudson, 1979.

SOUSA, J. M. M. e VELOSO, L. M. M. *História da Imprensa Periódica Portuguesa. Subsídios Para Uma Bibliografia*. Coimbra: Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra, 1987.

SOUSA, J. P. *As Notícias e os Seus Efeitos*. Coimbra: Minerva, 2000.

SOUSA, J. P. *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

SOUSA, J. P. *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. 2ª edição revista e ampliada. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

SOUSA, J. P. *Introdução à Análise do Discurso Jornalístico Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005 b.

SPITULNIK, D. Anthropology and mass media. *Annual Review of Anthropology*, vol. 22, 1993.

STEPHENS, M. *A History of News*. New York: Penguin Books, 1988.

STEVENS, J. e DICKEN-GARCIA, H. *Communication History*, Beverly Hills: Sage, 1980.

TENGARRINHA, J. *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, 2ª edição revista e ampliada, Lisboa: Caminho, 1989.

TENGARRINHA, J. *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, 2ª edição revista e ampliada, Lisboa: Caminho, 1989.

TRAQUINA, N. *Jornalismo*, Lisboa: Quimera, 2002.

TUCHMAN, G. *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: MacMillan, 1978.

TUCHMAN, G. Telling stories. *Journal of Communication*, vol. 26, n.º 4, 1976.

TÚLIO, S. Introdução bibliológica, *in* AA.VV. *I Brinde Aos Senhores Assinantes do Diário de Notícias*. Lisboa: Tipografia Universal, 1866: I-XXII.

TÚÑEZ, M. *Producir Noticias. Cómo Se Fabrica la Realidad Periodística*. Santiago de Compostela: Tórculo Edicións, 1999.

VAN DIJK, T. A. *La Noticia Como Discurso*. Barcelona: Paidós, 1990.

VASCONCELOS, J. L. *Severim de Faria – Notas Biográfico-Literárias.* Separata do *Boletim da Segunda Classe da Academia das Ciências de Lisboa*, vol. VIII. Coimbra: Imprensa da Universidade, 1914.

VASCONCELOS, J. L. *Severim de Faria. 2ª Memória*. Coimbra: Imprensa da Universidade, 1917.

WIMMER, R. D. e DOMINICK, J. R. *La Investigación Científica de los Medios de Comunicación. Una Introducción a Sus Métodos*. Barcelona: Bosch, 1996.

WOLF, M. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 1987.

WOLFSFELD, G. Media, protest and political violence: A transactional analysis. *Journalism Monographs*, 127, 1991.

Manuel Severim de Faria: primeiro jornalista português

Gabriel Silva; Jorge Pedro Sousa; Mônica Delicato; Nair Silva (Universidade Fernando Pessoa)

2gabrielsilva@gmail.com

Sumário

Neste trabalho, apresenta-se, resumidamente, a vida e obra de Manuel Severim de Faria, um erudito português que publicou, em 1626, 1627 e 1628, *Relações* noticiosas impressas que podem ser consideradas o primeiro jornal português, pois, apesar da ausência de periodicidade, tiveram como finalidade a difusão pública de informação e a venda. Nesse contexto, Manuel Severim de Faria, noticiarista, historiógrafo e editor, pode ser considerado o primeiro jornalista português.

Introdução

No final do primeiro quartel do século XVII, numa época em que o Mundo Ocidental vivia os tempos conturbados de entrada na Idade Moderna e em que Portugal tinha perdido a sua independência, diluindo-se no Império Espanhol dos Filipes, um erudito português, chamado Manuel Severim de Faria, chantre da Sé de Évora, usando o pseudónimo Francisco de Abreu, mandou imprimir duas *Relações* multitemáticas de notícias, extraídas de uma série de 31 relações manuscritas intituladas *História Portuguesa e de Outras Províncias do Ocidente, Desde o Ano de 1610 Até o de 1640 da Feliz Aclamação d'El Rei D. João o IV Escrita em Trinta e Uma Relações*. A primeira foi impressa em Lisboa, em 1626, e reimpressa em Braga, em 1627. A segunda foi impressa em Évora, em 1628.

Numa altura em que, beneficiando da invenção tipográfica de Gutemberg, o jornalismo impresso dava os primeiros passos, ainda num contexto pré-industrial, essas *Relações*, uma espécie de *anuários*, podem ser consideradas os primeiros *jornais* portugueses noticiosos e multitemáticos impressos, ou pelo menos são os mais antigos entre aqueles de que se conservam exemplares e

registos documentais. Assim sendo, o autor, Manuel Severim de Faria, pode ser considerado o primeiro jornalista português, pois foi o primeiro noticiarista e historiógrafo a editar e, presumivelmente, vender um jornal impresso, para difundir publicamente notícias. O presente trabalho, extraído de uma investigação de maior dimensão sobre as *Relações*, visa, precisamente, traçar o perfil biográfico de Manuel Severim de Faria, considerado por Joaquim Palminha Silva (2003) "o mais douto português do seu tempo", para melhor entendermos a sua vida e obra e as próprias *Relações* de que foi autor.

Para desenvolvimento da investigação, usou-se como método exclusivo a pesquisa bibliográfica em várias bibliotecas públicas portuguesas, tendo-se feito um levantamento exaustivo dos materiais que diziam respeito à vida e obra de Severim de Faria.

A biografia de Manuel Severim de Faria

Manuel Severim de Faria terá nascido em 1584, em dia desconhecido do mês de Fevereiro (Silva, 2003:7), na freguesia de Santa Justa da cidade de Lisboa, sendo baptizado a 22 desse mesmo mês. Era filho de Gaspar Gil Severim, Escrivão da Fazenda e Executor-Mor do Reino, e de Juliana de Faria. A sua família remontava à presença entre as tropas de D. João I, na tomada de Ceuta, de um cavaleiro chamado Pierre de Severim, o qual teria, posteriormente, contraído matrimónio com Constança Pires de Camões, da família do famoso poeta luso.

Manuel Severim de Faria foi para a cidade de Évora ainda criança, ali tendo sido educado por um tio, Baltasar de Faria Severim, Cónego e Chantre[27] da Sé de Évora. Tal cargo viria a assumir um carácter quase hereditário na sua família, uma vez que o próprio Manuel Severim de Faria sucederia

[27] O Chantre era o responsável pelos ofícios litúrgicos e procissões, sendo ainda responsável pela selecção e ensino dos elementos do Coro, geralmente crianças. Era uma função de grande relevância dentro da hierarquia da Igreja local, pois tinha grande visibilidade pública, não só como responsável por todos os elementos mais visuais e artísticos da liturgia, mas também como elemento preponderante e fundamental da acção catequética, formativa, cultural e educativa das comunidades locais. Não nos devemos esquecer que, numa sociedade profundamente marcada pelos ritos religiosos, estes eram, em grande parte, as principais, se não mesmo únicas, formas culturais de algum relevo na sociedade daquele tempo.

a seu tio, sucedendo-lhe, posteriormente, um sobrinho, Manuel Faria de Severim, em 1642, e a este Francisco Severim de Menezes, seu sobrinho (Vasconcelos, 1922). Manuel Severim de Faria viveu, assim, grande parte da sua vida sob a Monarquia Dual, que terá aceite resignadamente (Jorge, 2003: 31), até porque não conheceu outra até ter idade já avançada. Segundo Maria Fernanda Jorge (2003: 33), num julgamento que compartilhamos, esse facto "é importante tanto para a compreensão das suas ideias e pontos de vista políticos, como para a análise da sua obra e das preocupações e interesses que o motivaram".

Manuel Severim de Faria frequentou a Universidade de Évora, vindo a ser Mestre em Artes e Doutor em Teologia, para além ter recebido as várias ordens sagradas católicas. Seu tio Baltasar renunciou, repentinamente, ao lugar de chantre da Sé de Évora, em 1609, possivelmente porque não quis colocar-se ao serviço de D. Filipe II (D. Filipe I de Portugal), que quereria vê-lo como seu embaixador em Roma. Baltasar de Faria tornou-se, assim, frade na Cartuxa[28] de Évora, da qual tinha sido um dos fundadores e onde viria, mais tarde, a ser prior, para além de ocupar outros cargos, como visitador da sua Ordem. Chegou a fundar vários novos conventos.

Manuel Severim de Faria, então com 25 anos, sucedeu, assim, a seu tio no Cabido da Sé de Évora, adquirindo o direito de receber somas elevadas, fruto de disposições eclesiásticas que lhe asseguraram diversas rendas e outros benefícios. Devido à sua formação escolástica e forma de ser, Severim de Faria pôde aplicar as avultadas verbas a que tinha acesso na aquisição de uma das mais famosas e bem apetrechadas bibliotecas do seu tempo. De acordo com o seu primeiro biógrafo, José Barbosa (*cit. in* Faria, 2003: 298), tal biblioteca conteria não apenas as principais obras publicadas ao tempo, como inúmeros manuscritos de diversas épocas, incluindo papiros egípcios, entre outras preciosidades. Da sua biblioteca, reunida ao longo da sua vida a expensas próprias, temos notícia (Leal, 1899) de que se comporia de quase 400 volumes (Vasconcelos, 1914:6). Era também referenciado como disponibilizando frequentemente a viajantes, curiosos e amigos tal espólio para consulta e estudo.

[28] A Ordem Cartuxa, fundada por São Bruno, é uma ordem religiosa totalmente dedicada à oração e contemplação, na qual os frades praticam voto de silêncio perpétuo. É caracterizada por um grande isolamento e despojamento.

O carácter pessoal de Severim de Faria, um curioso e estudioso, levou-o também, desde bem cedo, a interessar-se pela história em geral, podendo ser considerado como um dos primeiros arqueólogos portugueses, por via das inúmeras peças romanas que foi juntando, recolhidas e adquiridas um pouco por todo o Alentejo. Nesse âmbito, a sua colecção de moedas romanas[29], dos reinos godos e mouros e dos reis de Portugal tornou-se famosa, tendo Severim de Faria publicado vários estudos numismáticos e notícias. Ainda na sua vertente de historiador, efectuou vários estudos genealógicos sobre os reis de Portugal e famílias nobres.

No entanto, Manuel Severim de Faria não se limitou a destacar-se nas áreas da sua formação (teologia e filosofia) ou como historiador. Também procurou fazer reflexão e, quiçá, intervenção política. Em 1624, por exemplo, Severim de Faria publicou a obra *Discursos Vários Políticos*, na qual advogou, nomeadamente, a transferência da sede da corte de Madrid para Lisboa (Severim de Faria, 1999: 9). Sob o olhar contemporâneo, mais problemáticos são, porém, os escritos anti-semitas do chantre da Sé de Évora, elaborados, possivelmente, no calor das duradoiras reacções contra o perdão dos cristãos novos, de 1601, concedido a troco da entrega de elevada quantia de dinheiro à Coroa pelos judeus de Lisboa. Numa época em que o catolicismo era fundamentalista e sectário, inclemente para com outras religiões, abundavam os discursos anti-judaicos, que propagavam o ódio aos judeus, acusados de todos os males do mundo, incluindo a fome e as doenças epidémicas que, periodicamente, afectavam a população. Também Severim de Faria juntou a sua voz aos católicos mais radicais, escrevendo pelo menos dois textos anti-semitas: *Razões Para Não Se Admitirem Sinagogas em Portugal* e *Relação dos Castigos Que Tiveram os Reis de Portugal Que Favoreceram os Judeus*. Por causa das perseguições, e apesar dos contributos monetários para a Coroa, os judeus continuaram o seu êxodo de Portugal, dirigindo-se, nomeadamente, para a Holanda e a Inglaterra, países religiosamente mais tolerantes dentro do difícil contexto da época.

A obra mais conhecida e referenciada de Manuel Severim de Faria é, contudo, o livro *Notícias de Portugal*, compilação de vários textos (*Discursos*) onde se debruça sobre os mais variados temas,

[29] "....às minhas mãos tem vindo mais de 3.000 moedas de outro, prata, metal Coríntio, e bronze de todos os imperadores" (Severim de Faria, 2003: 137).

como sejam a Milícia, a Nobreza, a Moeda, as Universidades, a Evangelização, a Carreira das Naus e a Peregrinação, aos quais se juntam, ainda, várias biografias dos Cardeais portugueses até então e alguns elogios da sua autoria e de outros autores sobre vários personagens. Publicado em 1655, no ano da sua morte, o livro *Notícias de Portugal* surgiu 21 anos depois da publicação dos *Discursos Vários Políticos* (Severim de Faria,1999). Contudo, os Discursos de ambas as publicações eram, similarmente, direccionados à "instrução política das artes, em que hão-de ser doutrinados os mancebos nobres da República, conforme os preceitos do filósofo" (Severim de Faria, 2003:5), explicando ainda da razão de ser da distância temporal das duas publicações referidas e da sua génese:

> "tendo eu naquele tempo uma obra grande, que intitulava: Noticia de Portugal, e suas conquistas: já quase em estado para se poder imprimir (…) com tudo como as cousas daqueles anos para cá tiveram tão grande mudança, recresceram tais inconvenientes, que sustive na execução de tal intento. Porém, entendendo eu, que não seriam de menor serviço público alguns discursos dos muitos, que nesta obra se continham sobe diversas matérias, assim políticas, como de vária lição, me pareceu comunicá-los a todos, e pelo que participam de seu primeiro original, dar-lhe o título de Notícias de Portugal." (Severim de Faria, 2003: 5).

Certamente os "inconvenientes" referidos diriam respeito às condições políticas de então, pois Portugal encontrava-se sob o domínio filipino. Porém, mesmo após a Restauração, certas reservas se terão mantido, pois que, se após a finalização do livro, em Outubro de 1653, correram normalmente os prazos das várias autorizações para a sua publicação, as mesmas se interromperam por mais de um ano e meio, apenas sendo dadas as duas finais já em cima da momento da morte do autor (Severim de Faria, 2003:10). Dos textos originalmente previstos para a referida *Notícia de Portugal e Suas Conquistas*, foram apenas publicados parcialmente alguns, nos indicados *Discursos*

Vários Políticos e nas *Notícias de Portugal* (embora aqui acrescentados e revistos), ainda que Leite de Vasconcelos confirme a existência de outros manuscritos, os quais seriam partes da mesma obra (Leite, 1914: 10; Leite, 1917: 6).

Do conteúdo das *Notícias de Portugal*, destacam-se os oito *Discursos*, sendo que foram ainda incluídos um *Catálogo dos Cardeais Portugueses* e quatro *Elogios* a várias personagens, "por inadvertência do impressor" (Severim Faria, 2003:6), pois certamente destinados originalmente a obra diversa,

Dos discursos, sobressai o primeiro, certamente dos mais interessantes e importantes, devido ao seu conteúdo de política geral, versando "sobre o aumento da povoação deste Reino; porque sendo a multidão da gente o fundamento de todos os estados, em Portugal é isto muito mais necessário, pois tem mais conquistas, que nenhum outro Reino da Europa; e assim necessita mais de tratar desta matéria" (Severim de Faria, 2003: 5). Severim de Faria advoga em primeiro lugar que a parte da grandeza e prosperidade das nações do seu tempo advêm da relação do território ocupado e respectiva população, capaz de sustentar os meios a tal prosperidade, que seriam quatro, a saber, "Agricultura, para a sustentação necessária às Artes mecânicas, para a vida política, e à Mercância, para levar os frutos próprios às Províncias alheias; e a trazer das alheias, os que nos faltam, e à Milícia, para defensão da pátria" (Severim de Faria, 2003: 13).

Assim, produção agrícola, indústria transformadora, comércio e defesa militar serão os pilares em que assentará a independência e prosperidade dos Estados. Ora, para o autor, em Portugal haveria ao tempo falta de gente, sendo que a "principal causa da falta de gente, que se padece neste Reino são as nossas conquistas" (Severim de Faria, 2003: 18), pois que ainda que úteis para a expansão do Evangelho e do comércio, faziam falta. A segunda causa para a diminuição da população seria "por não terem ofícios, com que ganhem de comer" e como os homens não têm de que sustentem, não se querem casar: e muitos com esta ocasião se fazem de vadios" ou "outros que se passam a Reinos estrangeiros" (Severim de Faria, 2003: 19). A terceira causa seria "por não terem neste Reino terras, que cultivem, e que possam tirar a sua sustentação", defendendo os primórdios de uma *reforma*

agrária, pois que "o Alentejo, que pudera socorrer a esta falta, por tão espaçoso, como o resto do Reino; como está todo dividido em herdades, e as muito delas muito grandes, nem se povoa, nem se cultiva" (Severim de Faria: 19). Do remédio para tais problemas, Severim de Faria (2003: 21), defende que das conquistas, deveriam privilegiar-se apenas as que ficavam mais perto, nomeadamente as que se situavam até ao Cabo da Boa Esperança, apontando os territórios da Índia como um sorvedouro de gente e dinheiro, tanto pela distância, pelos perigos e acidentes de viagem, como pela necessidade de inúmeros efectivos para defender as cidades conquistadas de populações vizinhas numerosas, "pelo que naquele Estado não nos convinha mais ter do que uma, ou duas fortalezas nos portos, em que haveriam de invernar as nossas naus, e armadas para poder continuar livremente o comércio", para além da existência de um corpo militar residente e permanente.
Quanto à segunda causa, a falta de ofícios no Reino, o remédio seria "exercitarem-se nele as artes mecânicas", nomeadamente as relacionadas com as matérias-primas de que o país dispunha (Severim de Faria, 2003: 24). Nesse contexto, seria particularmente importante não se permitir "que se levem para fora dos seus Estados os materiais crus, como são as lãs, seda, madeira, metais, nem outras semelhantes coisas" pois "além de viver muito mais gente do trato de matéria lavrada, que da matéria simples, como apontamos, as rendas do Príncipe são com excesso mais ricas pelas sacas das obras" (Severim de Faria, 2003: 25).
Nesta defesa da mais-valia da transformação face à mera produção ou extracção, as ideias de Manuel Severim apenas viriam a ter algum desenvolvimento e aplicação, cem anos depois, com a política económica traçada pelo Marquês de Pombal, e duzentos anos depois com a tentativa de industrialização de Fontes Pereira de Melo. No entanto, como o próprio já fazia notar na sua obra, as demais nações europeias já tinham optado por esse caminho, com óbvias vantagens para o seu desenvolvimento económico, e, consequentemente, político.
Um terceiro aspecto defendido por Severim de Faria na obra *Notícias de Portugal* foi o da dinamização do povoamento interno do país, nomeadamente por intermédio de cartas de privilégio, concedendo incentivos e isenções a populações para se fixarem em territórios escassamente

povoados, especialmente no seu Alentejo, pois este está "dividido em herdades, das quais os lavradores não são senhores; mas somente arrendadores", não podendo dispor da terra como bem queriam, nem dar resposta aos que a queriam trabalhar, por a mesma não ser sua. Também aqui o problema nunca foi definitivamente resolvido, apesar de ser essa a intenção aquando da expropriação dos bens das ordens religiosas, já em pleno século XIX, ainda que com escassos resultados práticos.

Por fim, aponta Manuel Severim de Faria uma quarta medida que poderia obviar à reduzida capacidade de renovação populacional seria a de proteger e educar os órfãos, "recolhendo estes órfãos, e enjeitados, em quando são pequenos, e dando-lhe criação", pois que, "criando-se em boa doutrina, até se poderem pôr aos ofícios, ficariam sendo de grande utilidade à República" (Severim de Faria, 2003: 33).

O próprio autor daria o exemplo na adopção desta medida concreta, mediante a fundação, por sua sugestão, do Colégio dos Meninos Órfãos de Évora, que o seu sobrinho Manuel Faria de Severim empreendeu, tendo seu tio efectuado várias e volumosas doações (Machado, 1966:369).

Do Discurso Sexto, versando *Sobre a Pregação do Evangelho nas Províncias da Guiné*[30] salienta-se a sua defesa de que a evangelização, para além de poderosa aliada na consolidação e salvaguarda dos interesses e da presença dos portugueses, deveria ser reformulada, nomeadamente pela inovadora ideia, ao seu tempo, da criação de clero local:

> "um só meio, o qual é ordenar Sua Majestade, que haja Seminários nos lugares, que parecer mais convenientes, (...), em que se crie certo número de moços de cada uma destas Províncias, onde estão os nossos Governos, (...), de maneira que quando os Seminaristas tornarem para sua Pátrias, possam fazer o ofício de Pregadores, e sucedendo uns aos outros, continuem na cultivação espiritual daquelas Províncias, até as converter de todo." (Severim de Faria, 2003:204).

[30] Expressão genérica que designa os territórios da costa ocidental do continente africano: "o Senhorio que os Reis de Portugal têm em Guiné, em que se incluem os Estados do Cabo Verde, Mina, S. Tomé, Angola, e parte do Congo" (Severim de Faria, 2003:199)

As vantagens que aponta seriam as de estes seminaristas não se ausentariam das suas terras, ao contrário dos eclesiásticos enviados da metrópole. Por outro lado, teria a vantagem de não terem de aprender língua diversa da sua própria, bem como gozarem de maior naturalidade e prestigio junto dos seus povos, e, argumento curioso, mas não despido de sensatez, "se evitarão com isso as doenças e mortes, que padecem os nossos, que vão pregar para a Guiné, porque como sejam estes Moços naturais da terra, seguramente podem andar e viver nela" (Severim de Faria, 2003: 205).
Do curioso Discurso Oitavo, *Sobre a Peregrinação* Manuel Severim discorre sobre a importância e relevância das viagens, mas apenas quanto feitas na juventude, pois, com excepção das peregrinações religiosas, defende que "só por razão de alcançar as ciências, e artes necessárias ao comum, e particular, se deve sair da pátria". Numa visão, directamente decorrente da sua própria experiência, enaltece e aponta o advento da imprensa, como razão de uma fundamental alteração da forma de obtenção de conhecimento:

> "Quanto mais, que sem algum tempo se pode escusar a notícia do mundo adquirida pessoalmente, é neste Século, em que o conhecimento dele está em grau tão subido com tantos livros, que nos mostram aos olhos, não só as Províncias e Reinos, mas ainda as próprias cidades, e povos com tanta perfeição, e com tal particularidade, que é impossível um caminhante por mais curioso, e inteligente que seja alcançar a menor parte destas coisas, vendo, e andando, como em casa se conhecem todas, lendo, e estudando" (Severim de Faria, 2003: 225).

Com efeito, não foi Manuel Severim de Faria especialmente viajado, tendo, ao que se sabe, passado quase inteiramente a sua vida em Évora, com excepção de um período mais ou menos longo em Lisboa, provavelmente durante vários meses (Silva, 2003: 20). Nesta sua missão, ao serviço do seu Cabido, era o responsável pela aquisição de fornecimentos alimentares que mitigassem as

necessidades dos eborenses, que se encontravam em estado de penúria e pré-revolta, em virtude de vários e gravosos novos impostos lançados pelo rei D. Filipe IV (D. Filipe III de Portugal). Da correspondência que trocou durante a sua estadia em Lisboa, manifesta-se um outro aspecto da sua personalidade, a de pessoa que não apenas se preocupava com os demais semelhantes, mas também que era depositária de grande confiança pela sua comunidade, mercê da responsabilidade que lhe foi conferida de gerir avultadas somas e garantir de forma célere e eficaz o transporte de mantimentos e outras mercadorias para Évora. Ou seja, a ser, sem dúvida, um intelectual de elevada craveira, não deixaria de ser também um bom gestor executivo.

Realizando apenas três viagens, Severim de Faria, fazendo jus à sua forma de ser, simultaneamente, curioso e estudioso, deixou relatos pormenorizados e circunstanciados, os quais constituem dos primeiros e mais importantes estudos sobre a realidade sócio-etnográfica do seu tempo e elementos imprescindíveis para os estudos da época (Serrão:1974). Significativo foi que, nas suas andanças, notasse e realçasse a continuidade e unidade quanto à geografia, formas de vida e história das diversas regiões por onde passava, num todo que era espelho da existência de um nação, o que indicia a sua posição política face ao contexto da época (Serrão:1974:17).

Na primeira viagem, realizada ainda na sua juventude, em 1604, o chantre da Sé de Évora realizou uma peregrinação ao Santuário de Nossa Senhora de Guadalupe, no reino de Castela, juntamente com seu tio Baltazar, o qual ali se deslocou para dar cumprimento do agradecimento e oferenda, por motivo da protecção recebida pela cidade de Évora aquando da grave crise de peste que grassou no Reino e em especial em Lisboa nos anos de 1598/1599 (Serrão, 1974:23). Apesar de jovem, pois tinha então apenas 20 anos, e de ser a primeira vez que saía da cidade onde sempre vivera, Severim de Faria relata e descreve pormenorizadamente as peripécias da sua viagem e tudo quanto viu, desde os monumentos e localidades do Alentejo e Castela ao número aproximado de habitantes, incluindo ainda os costumes agrícolas, as paisagens, as tradições locais e outros aspectos da vida social e cultural de então.

Na segunda viagem, entre Évora e Miranda do Douro, foi efectuada no ano de 1609, por ocasião da nomeação do prelado local, D. Diogo de Sousa, como novo Bispo de Évora, tendo Severim de Faria sido encarregue de apresentar cumprimentos e votos de obediência por parte do seu Cabido. De acordo com Serrão (1974: 24), trata-se de um importante testemunho e descrição da história e geografia local.

Em 1625, o autor das *Relações* fez uma terceira viagem entre Évora e Maçãs de Dona Maria, junto a Tomar, por motivo de peregrinação à Nossa Senhora da Paz, no lugar de Constantina, em Ancião, de cuja imagem terá saído água que teria realizado diversas curas milagrosas, mas a mesma foi descrita por seu sobrinho e sucessor na Sé de Évora, Manuel Faria de Severim, notando-se uma maior ligeireza e pobreza de pormenores quando comparadas com as obras do chantre da Sé de Évora.

Homem multifacetado, Manuel Severim de Faria escreveu várias dezenas de obras, das quais se conhecem 56 (Silva, 2003:36), número muito significativo e ilustrativo do seu saber e capacidades, atendendo à diversidade de matérias abordadas e do esforço e tempo necessárias para a sua realização.

Entre os seus textos, além dos já citados, pode ainda destacar-se a *Vida de Luís de Camões*, no qual o autor recorre, originalmente, à própria obra do poeta, constituindo um minucioso estudo crítico-literário. Nessa obra, incluída nos *Discursos Vários Políticos*, de 1624, e publicada em Évora (Severim de Faria, 1999), ficou também para a posteridade o célebre retrato de Camões, o qual constitui a imagem de marca do próprio poeta. Ainda no campo biográfico, e também incluídas nos *Discursos Vários Políticos*, destacam-se a *Vida de João de Barros* e a *Vida de Diogo Couto*, textos que demonstram um aturado estudo e conhecimento desses personagens e, sobretudo, evidenciam um estilo limpo, preciso e objectivo, livre do estilo panegírico de obras similares e tão populares ao tempo.

Da sua posição como chantre, e certamente pela consideração de terceiros pelo seu saber, Manuel Severim de Faria construiu uma vasta rede de contactos sociais, fosse entre as famílias relevantes da

sua cidade, fosse entre os missionários de várias congregações e mesmo da corte, onde seu meio-irmão Francisco Severim de Faria havia sucedido a seu pai como Escrivão-mor do Reino (Vasconcelos, 1922:8). Certo é que essa rede de contactos lhe possibilitava aceder a todo o tipo de informações, receber novas de todas as partes do mundo, para além de se corresponder, igualmente, com pessoas deslocadas e viajantes pelos quatro quantos do mundo conhecido, o que de muito lhe terá valido para os seus escritos, incluindo para a elaboração das *Relações*, e para a obtenção da sua valiosa biblioteca. Por exemplo, nas suas *Notícias Importantes dos Anos de 1606, 1607, 1608 Em Que Se Compreendem Várias Coisas Pertencentes à História de Portugal* (Jorge, 2003:44), Severim de Faria vai dando conta, por vezes pormenorizadamente, dos principais acontecimentos ocorridos em Portugal e na Europa. É o início do seu labor "*noticioso*" que se veio a consubstanciar em 31 relações escritas entre 1610 e 1640 (*História Portuguesa...*), relatos manuscritos anuais dos principais eventos, certamente dirigidas a uma pluralidade de personalidades. Dessas relações manuscritas extraiu-se o conteúdo das duas únicas objecto de publicação, que constituem o cerne do presente estudo.

Manuel Severim de Faria terá ainda contribuído para a primeira publicação da obra de Fernão Mendes Pinto *Peregrinação*, em virtude de contactos que tinha com eruditos e tradutores castelhanos (Silva, 2003: 35).

Sentindo-se cansado pelos anos e afectado por várias maleitas, renunciou em favor do seu sobrinho Manuel Faria de Severim, primeiramente como Cónego, em 1633, e posteriormente como chantre, em 1642 (Machado, 1966: 369), no dia seguinte a ter terminado o *Índex do Cartório do Cabido da Sé de Évora* (Jorge, 2003:70).

Em 1638, Severim de Faria escreveu as *Razões Contra a União Que se Pretenda Juntar o Reino de Portugal ao de Castela* (Jorge, 2003:56) onde, reflectindo sobre uma problemática que cruzava a sociedade de então, o autor defende, na linha das suas observações e escritos anteriores, a inviabilidade dessa hipotética união, em virtude das diferentes características, costumes, cultura e

história dos dois reinos. É também tal obra uma discussão aberta em que se prenuncia já a ruptura entre os dois reinos, que ocorreria em 1640. A propósito, afirma Maria Fernanda Jorge (2003: 33):

> "Algumas das obras de Manuel Severim de Faria reflectem os sentimentos da sociedade do seu tempo, ou seja, a esperança e o sentimento generalizado de que a união das duas coroas ibérias restituísse a Portugal a grandeza perdida. No entanto, a actuação dos sucessivos governos filipinos não trouxe grandes melhorias para a difícil situação portuguesa. As expectativas foram goradas e os escritos de Manuel Severim de Faria vão traduzindo a desilusão que a governação castelhana provocou em Portugal. Há uma clara disforia no modo como o chantre vai progressivamente abordando os assuntos de interesse quotidiano".

Um sinal do presumível regozijo de Severim de Faria pela Restauração foi a denominação que deu ao seu conjunto de relações manuscritas: *História Portuguesa e de Outras Províncias do Ocidente, Desde o Ano de 1610 Até o de 1640 da* ***Feliz Aclamação*** *d'El-Rei D. João o IV Escrita em Trinta e Uma Relações* [negrito nosso].

Após a Restauração, os escritos de Manuel Severim de Faria reflectem já não tanto aquelas características eu lhe eram comuns como sejam a profunda e apaixonada reflexão e intervenção nas grandes questões do seu tempo, mas mais um carácter espiritual, como o comprovam a finalização em 1642 da *Relação da Vida Solitária da Serra da Ossa*, em 1643 a obra *Exercícios de Perfeição e doutrina espiritual Para Extinguir e Adquirir Virtudes*, impressa em Lisboa (Jorge, 2003: 70) e, em 1651, o *Prontuário Espiritual* (Vasconcelos, 1914:31). Terá terminado a sua profícua obra, já na antevisão do seu próprio fim, com um escrito de carácter autobiográfico: *Lembranças Próprias, ou Memórias da Sua Vida, e Tempo Desde 1609 Até 1655* (Silva, 2003:37).

Manuel Severim de Faria faleceu em 1655 (a 25 de Setembro, segundo Silva, 2003: 37) ou a 16 de Dezembro (Severim de Faria, 2002: 300), aos 71 anos de idade, em virtude de uma forte crise de

icterícia, ficando sepultado, por seu desejo expresso, junto a seu tio Baltasar Faria de Severim, na Cartuxa de Évora.

Com a extinção das ordens religiosas, decretada em 1834, e com a demolição do antigo Convento de São Domingos de Évora para a construção no local de uma nova praça, os cidadãos locais pretenderam preservar a memória de um outro religioso eborense famoso, André de Resende, organizando-se para a transladação dos seus restos mortais para a sé de Évora. Na sequência, foi recordado Manuel Severim de Faria, e por forma a sua memória não correr igual risco, uma vez que a Cartuxa de Évora se encontrava abandonada, a 30 de Julho de 1839 os seus restos mortais, juntamente com os de Baltasar Faria de Severim, foram transladados para a Sé Catedral de Évora (Silva, 2003:37), onde actualmente se encontra o seu túmulo, cuja tampa, mandada realizar pelo próprio (Jorge:2003:72), tem a seguinte inscrição: "*Manuel Severim de Faria Chantre e Cónego da Sé de Évora elegeo para si esta sepultura assim por sua devoção, como por estar nella o corpo do P. D. Basílio de Faria seu tio, que falleceo sendo Prior deste Convento a 5 de Abril de 1625*".

Bibliografia

ALVES, L. A. M. *Subsídios para a História da Imprensa em Portugal.* Porto: Centro de Estudos Humanísticos, 1983 (monografia fotocopiada).

ANSELMO, J. *Bibliografia das Bibliografias Portuguesas*. Lisboa: Biblioteca Nacional, 1923.

ARAÚJO, N. Das *Relações* e da *Gazeta* de 1641 ao Jornalismo do Século XX. *Boletim do Sindicato Nacional dos Jornalistas*, n. 4 (Comemorativo do Tricentenário da *Gazeta*), Outubro/Novembro/Dezembro de 1941: 119-124.

AROUCA, J. F. *Bibliografia das Obras Impressas em Portugal no Século XVII*. Lisboa: Biblioteca Nacional, 2003.

BESSA, A. (Director). *A Exposição da Imprensa*. Número único publicado em comemoração do primeiro certame jornalístico que se realiza em Portugal por ocasião das festas do IV centenário da descoberta do caminho marítimo para a Índia. Lisboa: Imprensa de Libano da Silva, 1898.

BESSA, A. *O Jornalismo. Esboço Histórico da Sua Origem e Desenvolvimento Até aos Nossos Dias*. Lisboa: Livraria Editora Viúva Tavares de Castro, 1904.

BIBLIOTECA NACIONAL DE LISBOA. *Catálogo da Exposição Comemorativa do Tricentenário do Primeiro Periódico Português. Imprensa Periódica Portuguesa na Metrópole e no Império. Séculos XVII – XIX*). Lisboa: Biblioteca Nacional, 1941

BRITO, B. G. *História Trágico-Marítima*. Barcelos: Editora do Minho, 1942 [Edições originais de 1735/1736, respectivamente 1º e 2º volumes].

CUNHA, A. Discurso do Sr. Dr. Alfredo da Cunha. *Boletim do Sindicato Nacional dos Jornalistas*, 1945: 250 – 263.

CUNHA, A. *Elementos para a História da Imprensa Periódica Portuguesa (1641-1821)*. Separata das *Memórias da Academia das Ciências de Lisboa*, classe Letras, 4. Lisboa: Academia das Ciências de Lisboa, 1941.

CUNHA, A. La Presse Périodique en Portugal. Bref Mémoire Présenté au Cinquième Congrès International de la Presse, à Lisbonne. Comunicação ao V Congresso Internacional da Imprensa, Lisboa. Lisboa: Diário de Notícias, Setembro de 1898.

CUNHA, A. *O Diário de Notícias. A Sua Fundação e os Seus Fundadores. Alguns Factos para a História do Jornalismo Português.* Lisboa: Tipografia Universal, 1914.

CUNHA, A. *O Tricentenário da Publicação do Primeiro Periódico Português. As Relações de Manuel Severim de Faria e as Gazetas da Restauração*. *Comunicação Que o Sócio Correspondente sr. Alfredo da Cunha fez na Sessão da 2ª Classe em 10 de Abril de 1930.* Separata do *Boletim da Academia das Ciências de Lisboa*, nova série, vols. I e II: 358-371. Coimbra: Imprensa da Universidade: 1929/1930.

CUNHA, A. *Olisipo, Berço do Periodismo Português. O Tricentenário da "Gazeta" Cognominada "da Restauração"*. Separata da revista *Olisipo*, nºs. 7 e 8, 1939.

CUNHA, A. *Periódicos e Relações, Periodistas e Noticiários*. Separata do *Boletim da Academia de Ciências de Lisboa*, Vol. 13, Dezembro de 1941, 1942.

CUNHA, A. Relances Sobre os Três Séculos do Jornalismo Português. *Boletim do Sindicato Nacional dos Jornalistas*, n.º 4 (Comemorativo do Tricentenário da *Gazeta*), Outubo/Novembro/Dezembro de 1941: 5 – 11.

CUNHA, A. O Jornalismo. As Relações de Manuel Severim de Faria e as Gazetas da Restauração. Os Mercúrios. Quem Foi o Primeiro Periodista Português, *in* SAMPAIO, Albino Forjaz de. *História da Literatura Portuguesa Ilustrada*. Vol. III. Lisboa: Bertrand, 1932: 220-236.

FIGANIÉRE, J. C. *Bibliografia Histórica Portuguesa*. Lisboa: Tipografia Panorama, 1850.

FONSECA, M. A. *Subsídios Para um Dicionário de Pseudónimos Iniciais e Obras Anónimas de Escritores Portugueses. Contribuição Para o Estudo da Literatura Portuguesa*. Lisboa: Academia Real das Ciências, 1896.

JORGE, M. F. R. *O "Senhor Chantre de Évora": Manuel Severim de Faria, O Homem e o Seu Tempo nas Notícias de Portugal*. Dissertação de Mestrado Interdisciplinar em Estudos Portugueses, apresentada à Universidade Aberta. Lisboa: Universidade Aberta, 2003. Exemplar inédito disponível para consulta na Biblioteca Nacional de Lisboa.

MACHADO, D. B. *Biblioteca Lusitana*. Coimbra: Atlântida, 1966 [Fac-simile da edição de 1752].

MANSO, J. *O Jornalismo*. Separata do *Boletim da Academia das Ciências de Lisboa*, vol. XIII, Dezembro de 1941.

MARTINS, R. *Pequena História da Imprensa Portuguesa*. Cadernos Inquérito, Série G − Crítica e História Literária, vol. XV. Lisboa: Editorial Inquérito, 1942.

NEVES, J A. A Imprensa de Língua Portuguesa no Mundo. *Comunidades de Língua Portuguesa*, 1983.

NEVES, J. A. *História Breve da Imprensa de Língua Portuguesa no Mundo*. Lisboa: Direcção Geral da Comunicação Social, 1989.

REMÉDIOS, M. *História da Literatura Portuguesa*. 4ª edição. Coimbra: Atlântida, 1914.

RIVARA, J. H. C. Manuel Severim de Faria. *Revista Literária*, tomo III, 2º ano, n.º XVIII, 1839: 353-362.

RIZZINI, C. *O Jornalismo Antes da Tipografia*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1968.

S/A [Atribuído a HERCULANO, Alexandre]. Gazetas. Origem das Gazetas em Portugal. *Panorama*, n.º 48, 31 de Março de 1838.

SAMPAIO, A. F. (Org.). *História da Literatura Portuguesa Ilustrada*. Vol. III. Lisboa: Bertrand, 1942.

SARAIVA, A. J. e LOPES, Ó. *História da Literatura Portuguesa*. 13ª edição corrigida e actualizada. Porto: Porto Editora, 1985.

SERRÃO, J. V. *História Breve da Historiografia Portuguesa*. Lisboa: Verbo, 1962.

SERRÃO, J. V. *Historiografia Portuguesa*. Lisboa: Verbo, 1973.

SERRÃO, J. V. *O Tempo dos Filipes em Portugal e no Brasil (1580-1668)*. Lisboa: Edições Colibri, 1994.

SERRÃO, J. V. *Viagens em Portugal de Manuel Severim de Faria 1604 – 1609 – 1625*. Col. Subsídios para a História Portuguesa, vol. 12. Lisboa: Academia Portuguesa de História, 1974.

SEVERIM DE FARIA, M. *Discursos Vários Políticos*. Introdução, actualização e notas de Maria Leonor Soares Albergaria Vieira. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1999.

SEVERIM DE FARIA, M. *História Portuguesa e de Outras Províncias do Ocidente Desde o Ano de 1610 Até o de 1640 da Feliz Aclamação de El-Rei Dom João o 4º Escrita em Trinta e Uma Relações*. Manuscrito disponível em microfilme na Biblioteca Nacional, Lisboa, cota F 1441.

SEVERIM DE FARIA, M. *História Portuguesa e de Outras Províncias do Ocidente Desde o Ano de 1610 Até o de 1640 da Feliz Aclamação de El-Rei Dom João o 4º Escrita em Trinta e Uma Relações*. Copiado na parte que diz respeito ao Brasil, pela primeira vez publicado e anotado pelo

Barão de Studart, com um apêndice de 44 documentos inéditos pertencentes à colecção Studart, comemorando o tricentenário da chegada dos primeiros portugueses ao Ceará. Fortaleza, Brasil: Tipografia Studart, 1903.

SEVERIM DE FARIA, M. *Notícias de Portugal,* Introdução, actualização e notas de Francisco A. Lourenço Vaz. Lisboa: Edições Colibri, 2003.

SILVA, J. P. *Manuel Severim de Faria. "O Mais Douto Português do Seu Tempo. Ensaio Biográfico*. Évora: A Defesa, 2003.

TENGARRINHA, J. *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, 2ª edição revista e ampliada, Lisboa: Caminho, 1989.

TRAQUINA, N. *Jornalismo*, Lisboa: Quimera, 2002.

TÚLIO, S. Introdução bibliológica, *in* AA.VV. *I Brinde Aos Senhores Assinantes do Diário de Notícias*. Lisboa: Tipografia Universal, 1866: I-XXII.

VASCONCELOS, J. L. *Severim de Faria – Notas Biográfico-Literárias.* Separata do *Boletim da Segunda Classe da Academia das Ciências de Lisboa*, vol. VIII. Coimbra: Imprensa da Universidade, 1914.

VASCONCELOS, J. L. *Severim de Faria. 2ª Memória*. Coimbra: Imprensa da Universidade, 1917.

As relações de naufrágios do século XVI e a génese do jornalismo lusófono

Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal, e Centro de Investigação Media & Jornalismo, Lisboa, Portugal)

jpsousa@ufp.pt

Sumário

Neste trabalho, apresentam-se as relações de naufrágios que foram editadas em Portugal no século XVI e que foram recolhidas na *História Trágico-Marítima* de Bernardo Gomes de Brito (século XVIII), discutindo-se o seu contributo para a génese do jornalismo lusófono. Essas relações monotemáticas não eram periódicas, mas os seus propósitos (lucro através da venda de informação), o tipo de discurso (informativo, mesmo que dramatizado, configurando-se como "reportagem") e a forma de distribuição (dentro do contexto da época, "massiva", até porque muitas vezes as relações eram lidas em lugares públicos para indivíduos que pagavam uma determinada quantia ao leitor) eram estruturalmente similares ao que encontramos no jornalismo contemporâneo.

Palavras-chave: história do jornalismo; relações de naufrágios; folhas ocasionais monotemáticas; reportagem; análise do discurso.

Introdução

No século XV e XVI, começaram a surgir um pouco por toda a Europa folhas noticiosas ocasionais de diferentes tipos e formatos e com diversas denominações (*notícia*, *relação*, *carta*, etc.). Algumas delas eram só constituídas por uma ou várias folhas agrafadas, por vezes com frontispício. Outras foram publicadas sob a forma de livro, tendo, algumas delas, várias dezenas de folhas. Legais ou clandestinas, todas elas podem ser vistas como uma forma de jornalismo "de reportagem" que antecipa o jornalismo moderno.

As primeiras dessas folhas ocasionais falavam apenas de um único assunto. Porém, a partir do final do século XVI, começaram a surgir as primeiras colectâneas de notícias, recolhidas nas folhas ocasionais ou de produção própria. Essas colectâneas, que gradualmente adquiriram periodicidade regular, foram os antepassados dos actuais jornais.

As folhas noticiosas ocasionais terão surgido em Itália, concretamente em Bolonha, Veneza e Génova, mas espalharam-se rapidamente por toda a Europa, sendo vendidas em feiras e lugares concorridos. Frequentemente, as pessoas, maioritariamente analfabetas, juntavam-se em sessões de leitura pública de folhas noticiosas. No entanto, há que dizer que a alfabetização se incrementava (Belo, 2001), o que ajuda a explicar o sucesso dos dispositivos pré-jornalísticos.

Em Portugal, algumas dessas folhas ocasionais foram chamadas *relações*, no sentido de serem um relato monotemático, como é o caso de várias das relações de naufrágios que são objecto do presente estudo[31]. Porém, essa denominação também carimbou, como sinónimo de lista ou rol, as duas primeiras colectâneas de notícias publicadas em Portugal, redigidas por Manuel Severim de Faria: a *Relação Universal do que Succedeu em Portugal e Mais Provincias do Occidente e Oriente, desde o mês de Março de [1]625 até todo Setembro de [1]626*, que apareceu em 1626, em Lisboa, e que seria reimpressa em 1627, em Braga; e o seu segundo número, que compreende notícias do período de Março de 1626 a Agosto de 1627, impresso em 1628, em Évora, de cuja Sé o autor era chantre.

Os temas das folhas ocasionais eram variados. Política, comércio, fenómenos insólitos e curiosos, acontecimentos sociais, crimes e criminosos, calamidades, batalhas, lugares, etc. são exemplos de alguns dos muitos temas que serviram de pretexto para a sua elaboração. Tengarrinha (1989: 29) fez um levantamento das relações portuguesas de que se tem conhecimento ou que ainda se conservam, publicadas entre 1555 e 1641 (ano em que surge o primeiro periódico português estável), tendo chegado ao número de 32, abarcando as seguintes temáticas:

[31] Algumas delas, originalmente, não foram publicadas com a designação relação, mas com outras designações, como História, ou Notícia, mas na *História Trágico-Marítima* surgem com o nome "relação".

− Expansão marítima, naufrágios, relações com povos e descrições de terras distantes, proselitismo religioso: 14 (43,7%)[32]

− Assuntos religiosos: 6 (18,8%)

− Notícias da Corte: 6 (18,8%)

− Acontecimentos gerais do País e o estrangeiro: 3 (9,4%)

− Batalhas: 2 (6,2%)

− Descrição de Lisboa: 1 (3,1%)

A mais antiga folha noticiosa ocasional de que se conserva registo foi editada em Itália (Bolonha, 1470) e relatava a queda de Constantinopla e do Império Romano do Oriente (Império Bizantino), em 1453, e os subsequentes avanços dos turcos otomanos pelo Mediterrâneo oriental. Outras folhas faziam referência a factos como a queda de Granada e a expulsão dos mouros de Espanha (1492), a queda de um meteorito em Ensisheim (1492), a descoberta da América por Colombo (1493), a entrada de Carlos VIII em Florença (1494) ou a batalha de Flodden Field, em Inglaterra (1513). Um outro tipo de folha noticiosa oferecia informação comercial e política aos mercadores e era produzida no seio das grandes casas comerciais europeias. Podemos dizer, assim, que as notícias das relações já obedeciam a critérios de noticiabilidade idênticos aos contemporâneos, o que acentua a natureza cultural e histórica dos valores-notícia (negatividade, referência a fenómenos insólitos, novidade, referência a pessoas de elite, utilidade prática das informações, etc.).

[32] Muitas das folhas noticiosas sobre naufrágios foram compiladas nos dois volumes da *História Trágico-Marítima*, de Bernardo Gomes de Brito (1735/1736).

Tendo em conta o papel das folhas ocasionais na génese do jornalismo, este trabalho tem por objectivo descrever a estrutura das relações ocasionais sobre naufrágios publicadas em Portugal no século XVI. Procuraremos analisar essas relações à luz de conceitos contemporâneos sobre jornalismo e tentaremos estabelecer pontes entre o tipo de relato que elas apresentavam e formas de relato anteriores e posteriores, em particular formas de relato "jornalísticas" ou aparentadas com o jornalismo.

1. As relações de naufrágios e o contexto da época

Quando surgiram as primeiras relações de naufrágios portuguesas, na viragem da primeira para a segunda metade do século XVI, Portugal começava a atravessar uma crise política, económica e social de vastas proporções, que contrastava com os anos de glória do início da epopeia dos Descobrimentos.

De facto, ao longo do século XVI, em particular a partir da segunda metade desse século, foram-se desvanecendo os factores que tinham lançado Portugal na grande aventura da expansão marítima e do comércio global, como a argúcia dos governantes (a começar pelo Infante Dom Henrique, mentor primeiro dos Descobrimentos), que permitiu, por exemplo, a brilhante manobra de reconversão da Ordem do Templo em Ordem de Cristo, possibilitando a manutenção das riquezas, pessoas e conhecimentos dos Templários em Portugal; a clareza na estratégia nacional a seguir; a abertura a novas técnicas, saberes e ideias, independentemente da sua proveniência; e ainda a tolerância, manifesta, em particular, na aceitação dos judeus, que com o seu dinamismo, sagacidade e dinheiro estimulavam a economia, o comércio e as explorações.

São, assim, várias as causas que provocaram o lento declínio de Portugal e o fim da preponderância do país no comércio internacional a partir de meados do século XVI. Podemos apontar, por exemplo, as crises de sucessão no trono; a concorrência de outros países na exploração e no

comércio intercontinental; a vontade de rápido enriquecimento, que conduziu os negociantes quer a desinvestir na manutenção e no equipamento das naus, para aumentar as margens de lucro, quer a alterar as condições das naus, para lhes carregar mais mercadoria, o que afectava as condições de navegabilidade; o aumento da influência então obscurantista e intolerante da Igreja Católica, materializada, principalmente, na instituição da Inquisição, em 1547; e ainda a expulsão de Portugal dos judeus e mouros que recusaram a conversão ao Cristianismo, em 1496[33], seguida por várias perseguições a judeus e cristãos-novos[34], o que afectou o comércio e a economia.

A expulsão dos judeus foi determinada pelo Rei Dom Manuel, em grande medida por influência da sua noiva, mais tarde mulher, Dona Isabel de Castela, que isso lhe exigiu para casar com ele. Mas esse acto representou um duro golpe para a economia e para a sociedade portuguesa. Portugal perdeu o conhecimento acumulado pelos judeus, o seu espírito empreendedor e comercial e o seu dinheiro. Tornou-se, também, mais permeável à perniciosa influência de uma Igreja Católica inquisitorial, tolerada por Dom Manuel, que acalentava sonhos de unir a Península Ibérica sob uma única coroa e sob um Rei português. O seu filho Dom João III, que ascendeu ao trono em 1521, inclusivamente pediu ao Papa a instituição da Inquisição Portuguesa, segundo o modelo da Inquisição Espanhola, tendo recebido a autorização papal em 1547. A perseguição às pessoas, às novas ideias e ao conhecimento promovida pela Inquisição Católica afastou Portugal do progresso, apesar do comércio intercontinental, ainda liderado por Portugal durante a primeira metade do século XVI, e da exploração do Brasil e das possessões coloniais terem disfarçado a crise. De qualquer modo, na viragem da primeira para a segunda metade do século XVI, Portugal já enfrentava a fuga de cérebros e navegantes experientes, a falta de capital, a ameaça constante dos

[33] Na realidade, D. Manuel I, interessado em manter os judeus em Portugal, obrigou todos os judeus a serem baptizados, mesmo à força, pelo que, de um dia para o outro, pôde dizer que já não havia judeus em Portugal. No entanto, grande parte dos judeus continuou a professar secretamente a sua religião. O facto de serem judeus, aliás, trouxe-lhes o ódio de uma população cristã fanática e fundamentalista que via neles a fonte de muitos males, pelo que as perseguições continuaram e provocaram o exílio de muitos judeus, com a consequente fuga de investimentos e capitais.

[34] Nome por que eram designados os judeus que publicamente abraçaram o Cristianismo, embora muitos deles, secretamente, continuassem a professar o Judaísmo. Um dos maiores massacres de judeus (como cristãos-novos) ocorreu em Lisboa, Portugal, em Abril de 1506. Durante três dias, 4000 homens, mulheres, crianças e bebés judias foram mortos por todos os meios (fogueiras, espancamentos, violações sucessivas...) num dos episódios mais negros da história de Portugal, perante a indiferença do Rei D. Manuel I, que só mandou intervir as tropas quando um dos seus lugares-tenente judeu foi assassinado pela populaça fanatizada por dois frades dominicanos.

corsários de outros países europeus (ingleses, franceses, holandeses...) e, como se disse, a concorrência de outros países europeus na exploração do mundo e no comércio intercontinental. O reinado de Dom Sebastião, neto e sucessor de Dom João III (falecido em 1557), agudizou a crise. O jovem Rei, de extrema religiosidade, empreendeu várias expedições guerreiras no Norte de África unicamente por espírito de cruzada, pois essas terras já não interessavam estrategicamente a Portugal. A economia, as explorações e o comércio intercontinental, que tinham feito a riqueza do país, foram descurados pela Coroa. Em 1578, o jovem Rei acabou mesmo por ser morto, sem herdeiro directo, na batalha de Alcácer Quibir, onde actualmente é Marrocos. A crise dinástica que se seguiu, apesar do breve reinado do cardeal Dom Henrique e, à morte deste, em 1580, da aclamação como Rei de Dom António Prior do Crato, acabou por conduzir à invasão de Portugal pelo exército espanhol, em 1580, e à aceitação da reivindicação da ascensão de Dom Filipe II de Espanha (Dom Filipe I de Portugal) ao trono português, embora sob o princípio da Monarquia dual (dois reinos, um Rei). O domínio dos Filipes, até 1640 (Restauração da Independência), subordinou os interesses de Portugal aos interesses de Espanha; intensificou a obscurantista influência da Igreja Católica de então e da Inquisição e a perseguição a pessoas e novas ideias; e finalmente tornou os inimigos de Espanha em inimigos de Portugal e as guerras de Espanha em guerras de Portugal. A crise económica e social agudizou-se. Os dois países ibéricos, depois dos anos esplendorosos em que, beneficiando da intrepidez inicial dos portugueses, globalizaram o mundo e o comércio, entraram num processo de declínio de que só sairiam no final do século XX, processo esse apenas mitigado e disfarçado, como se disse, pela exploração colonial.

As relações portuguesas sobre naufrágios (incluindo várias sobre ataques de corsários) podem ser vistas, simultaneamente, como um indício e uma metáfora da situação de crise que Portugal atravessava. Enquanto as grandes crónicas de Damião de Góis ou João de Barros glorificavam a empresa dos Descobrimentos[35], as relações de naufrágios, num tom mais jornalístico e verdadeiro, mostram a falta de preparação técnica dos navegantes, a fragilidade das naus, negligentemente

[35] O que já não acontecia, por exemplo, em *Soldado Prático*, de Diogo do Couto, o outro grande cronista português da época.

preparadas e equipadas, e a cupidez dos comerciantes e funcionários, apostados num rápido enriquecimento, sem pesar as possíveis, e funestas, consequências.

As relações de naufrágios são todas monotemáticas, a exemplo das primeiras folhas ocasionais, e tiveram bastante sucesso, documentando a avidez do público por "reportagens", como o comprovam as sucessivas edições, reedições[36] e mesmo contrafacções de relações, levadas a cabo até ao século XVIII. O decréscimo da procura das relações monotemáticas portuguesas que se nota a partir do final do século XVIII coincide, aliás, com a consolidação do jornalismo periódico português, que acabou por retirar às folhas noticiosas volantes uma grande dose de interesse[37].

2. Cronologia e apresentação das relações de naufrágios do século XVI

Lanciani (1979: 4-5) explica que há vários problemas no estudo das relações de naufrágios quinhentistas e seiscentistas, como sendo a cronologia da publicação dessas relações, a cronologia das várias edições existentes, a distinção entre as edições fiéis e infiéis ao original e mesmo a definição da autoria. Assim, ainda hoje não se sabe com exactidão qual das relações de naufrágios que se conservam foi a primeira a surgir em Portugal. Lanciani (1979) defende a primazia da *Relação*[38] *da Muito Notável Perda do Galeão Grande São João em que se Recontam os Casos Desvairados que Aconteceram ao Capitão Manuel de Sousa de Sepúlveda, e o Lamentável Fim que Ele e Sua Mulher e Filhos e Toda a Mais Gente Houveram, o Qual Se Perdeu no Ano de 1552, a 24*

[36] O investimento em reedições, em alternativa a uma nova obra, tinha a vantagem de evitar os complicados trâmites burocráticos da censura prévia e da obtenção de licença de impressão.

[37] Ainda assim, no século XIX encontram-se exemplos tardios de "reportagens" de naufrágios difundidas como folhas ocasionais. Por exemplo, em Portugal fizeram-se três edições do relato do naufrágio do *Porto*, um dos navios que fazia a carreira Porto-Lisboa, na traiçoeira Foz do Douro (Porto, Portugal), a 29 de Março de 1852. É de realçar, aliás, que nunca se perdeu a ideia de lançar reportagens em livro, que está na base do sucesso das folhas noticiosas volantes. Pelo contrário, continuam a lançar-se anualmente vários livros-reportagem sobre determinados acontecimentos de grande envergadura, alguns deles escritos em tom pessoal.

[38] Originalmente, o título era "História" e não "Relação". Optámos, no entanto, por manter a designação que consta da *História Trágico-Marítima*, onde recolhemos os textos analisados neste trabalho.

de Junho, na Terra do Natal, eventualmente impressa em Lisboa, entre 1555 e 1556[39], havendo mesmo uma reprodução do frontispício (sem indicação da data de edição) feita no *Dicionário Bibliográfico Português* de Silva, Brito e Brito. Dessa relação, aliás, conserva-se uma segunda edição, de 1564, e edições posteriores, de 1592, 1614 e 1633, tendo sido, finalmente, incluída na *História Trágico-Marítima*, de Bernardo Gomes de Brito, em 1735. Há que realçar, no entanto, que Carlos Passos (1928) refere folhas ocasionais portuguesas de 1527, talvez mesmo anteriores, sobre o naufrágio de várias naus (São Pedro, São Sebastião, Santo António e Conceição).

Tengarrinha (1989: 29), contra a opinião de Lanciani, afirma que a primeira folha ocasional portuguesa foi a *Relação do Lastimoso Naufrágio da Nau Conceição Chamada Algaravia a Nova de que Era Capitão Francisco Nobre a Qual Perdeu nos Baixos de Pêro dos Banhos em 22 de Agosto de 1555*, hipoteticamente impressa em Lisboa, também em 1556. Lanciani (1979: 22-23), citando Boxer, explica, porém, que a *Relação do Lastimoso Naufrágio da Nau Conceição* poderá ser de cerca de 1620, pois nela são referidas obras de 1613 (*Crónica de Dom João III*, de Francisco de Andrade) e de 1616 (*Década VII*, de Diogo do Couto). Se assim é, deverá ser atribuída à *Relação da Perda do Galeão São João* a qualidade de mais antiga relação portuguesa, entre todas aquelas, monotemáticas ou pluritemáticas, de que se conservam registos documentais. No entanto, há que dizer que o objectivo deste trabalho não é estabelecer uma cronologia da edição das relações de naufrágios, mas sim analisar a sua estrutura e a sua função jornalística, pelo que essa polémica é marginal à pesquisa. De qualquer modo, para circunscrição do objecto de estudo, é preciso dizer que aceitámos a cronologia proposta por Lanciani (1979), pelo que se estudaram as relações de naufrágios do século XVI de que há registo e que foram catalogadas como sendo desse século por essa autora[40], conforme coligidas na *História Trágico-Marítima*, de Bernardo Gomes de Brito:

[39] O frontispício da primeira edição, embora sem inclusão da data de edição, está reproduzido no *Dicionário Bibliográfico Português*, de Silva, Brito e Brito (edição original de 1735/1736). Por outro lado, o autor diz no texto que a história lhe foi contada em Moçambique, em 1554, pelo que a edição da *História da Perda do Galeão São João* não deve ter ocorrido muito mais tarde.

[40] O que excluiu o estudo da *Relação do Lastimoso Naufrágio da Nau Conceição Chamada Algaravia a Nova de que Era Capitão Francisco Nobre a Qual Perdeu nos Baixos de Pêro dos Banhos em 22 de Agosto de 1555*, apesar de Tengarrinha (1989) defender que a mesma é do século XVI. De qualquer modo, como a perspectiva de análise é essencialmente a das Ciências da Comunicação e não a da historiografia, estamos convictos de que esse facto não afecta o objectivo central deste trabalho.

1) *Relação da Muito Notável Perda do Galeão Grande São João em que se Recontam os Casos Desvairados que Aconteceram ao Capitão Manuel de Sousa de Sepúlveda, e o Lamentável Fim que Ele e Sua Mulher e Filhos e Toda a Mais Gente Houveram, o Qual Se Perdeu no Ano de 1552, a 24 de Junho, na Terra do Natal*

Segundo Lanciani (1979: 11), esta relação, cujo autor permanece no anonimato, é a mais antiga entre aquelas de que chegaram registos até nós. Conserva-se uma segunda edição de 1564, embora a primeira edição seja, presumivelmente, de 1555, ano em que, segundo a referida autora, se soube do naufrágio da nau São João em Lisboa. Aliás, o próprio autor diz que se encontrou com a fonte da história em 1554.

O autor desta relação refere-se ao naufrágio da nau São Bento, objecto da relação seguinte. É possível que tenha havido tempo para o naufrágio da São Bento se conhecer e ser referenciado no relato imediatamente antes da publicação, embora os náufragos da nau São Bento só tenham chegado a Moçambique em 1555. No entanto, pode sempre colocar-se a hipótese de o autor da *Relação do Galeão São João* ter sabido do naufrágio da nau São Bento pela respectiva relação, o que tornaria a *Relação da São Bento* mais antiga. Também é possível que a referência ao naufrágio da São Bento tenha sido incluída apenas na segunda edição da *Relação da Perda do Galeão São João*. De qualquer maneira, questões como esta provam que é muito difícil estabelecer a cronologia das relações.

A *Relação da Perda do Galeão São João* terá sido, originalmente, publicada sob a forma de um pequeno livro, com cerca de 20 páginas de 15 x 20 cm, dados que se podem inferir pela extensão do relato, pela tradição portuguesa de impressão e ainda pela reprodução do frontispício, feita no *Dicionário Bibliográfico Português* de Silva, Brito e Brito.

2) *[Naufrágio da Nau São Bento] Relação Sumária da Viagem que Fez Fernão d'Álvares Cabral Desde Que Partiu Deste Reino por Capitão-Mor da Armada que Foi no Ano de*

1553 às Partes da Índia Até Que Se Perdeu no Cabo da Boa Esperança no Ano de 1554, Escrita por Manuel de Mesquita Perestrelo, Que Se Achou no Dito Naufrágio[41]

Esta relação, escrita, conforme enunciado no título, por Manuel da Mesquita Perestrelo, foi impressa pela primeira vez em 1564, sob a forma de um pequeno livro, com cerca de 80 páginas (40 folhas). Nesta relação relembra-se o naufrágio do galeão São João, pelo que a notícia deste desastre deve ter tido alguma repercussão na época.

3) *Relação da Viagem e Naufrágio da Nau São Paulo que Foi para a Índia no Ano de 1560. De que Era Capitão Rui de Melo da Câmara, Mestre João Luís e Piloto António Dias, Escrita por Henrique Dias, Criado do Sr. D. António Prior do Crato*[42]

Conforme o título, o autor desta relação, cuja primeira edição é de 1565, é Henrique Dias, "criado do Senhor D. António Prior do Crato", que se indica a si mesmo, no texto, "homem de crédito, que viu e passou tudo isto". O texto inserido na *História Trágico-Marítima*, fonte para este trabalho, é mais extenso do que o da edição original, mas provavelmente é do mesmo autor (Boxer, *cit. in* Lanciani, 1979: 12), tendo permanecido inédito desde a primeira edição até ao século XVIII.

Ao contrário do que sucede nas anteriores (São Bento e São João), nesta relação o naufrágio dá-se na viagem de ida de Portugal para a Índia e ocorre em Sumatra, não em África.

Nesta relação são referidos os casos de naufrágios anteriores, como o da nau São Bento, cujo relato já tinha sido publicado, e o da nau Algaravia, ocorrido em 1555. Aqui coloca-se a questão: como sabia o autor do naufrágio da Algaravia? Teria sido apenas pela transmissão oral da notícia, ou teria, como defende Tengarrinha (1989: 29), havido uma

[41] O título original, segundo Lanciani (1979: 11), inicia-se por Naufrágio da Nau São Bento, que optámos por colocar entre parênteses. Além disso, o título original não inclui a palavra "relação", começando por "Sumário da Viagem...". Finalmente, na primeira edição, apesar de o autor se identificar no título, não indica que foi um dos náufragos da nau São Bento.

[42] O título inserido na *História Trágico-Marítima*, acima registado, também não coincide totalmente com o título da primeira edição que se conserva. O título original era "Nau São Paulo. Viagem e Naufrágio da Nau São Paulo que Foi para a Índia no Ano de 1560. Capitão: Rui de Melo da Câmara, Mestre João Luís, Piloto António Dias.

edição da relação do naufrágio desta nau em 1556, apesar de a edição com existência documentada poder ser apenas de cerca de 1620, como defende Lanciani (1979: 22-23), citando Boxer?

Algumas das relações de naufrágios chegaram até nós sem grandes alterações. Porém, como explica Lanciani (1979), outras relações sofreram várias alterações no texto, sobretudo aquando da sua inclusão na *História Trágico-Marítima*, de Bernardo Gomes de Brito (1735/1736). Como esta obra foi a nossa principal fonte para a elaboração do presente estudo, podem existir algumas diferenças entre o que teria sido o texto original das relações e o texto consultado e citado. Essas eventuais diferenças, todavia, não comprometem o objectivo da pesquisa.

Curiosamente, as folhas ocasionais impressas coexistiram com as manuscritas, pois a mais antiga relação ocasional manuscrita portuguesa que se conserva na Biblioteca Nacional data de 19 de Outubro de 1588, surgindo com o título *Notícia da Infelicidade da Armada de Sua Majestade Que Escreveu o Mestre de Santa Catarina*[43]. Nela, em duas folhas, narra-se a destruição da Armada Invencível, reunida pelo soberano espanhol para invadir a Grã-Bretanha. Assim sendo, há a considerar que, quanto ao método de fixação da informação no suporte, havia dois tipos de folhas ocasionais coexistentes, pelo menos até ao final do século XVI e mesmo mais tarde: as impressas e as manuscritas. Esta última relação, contudo, não fez parte do *corpus* da presente pesquisa, pois o seu tema central não é um naufrágio, mas sim a derrota de toda uma armada pelas intempéries e pelos navios dos britânicos e dos seus aliados.

3. Análise das relações

3.1 As intenções dos autores

[43] BNL, Ms. Caixa 2, n.º 28.

A ideia primeira dos autores das relações, conforme eles próprios normalmente enunciam, é contar aos leitores histórias verídicas, não ficcionais, assentes na narração de factos, o que apela ao valor jornalístico da verdade. Podemos constatá-lo pelos excertos textuais incluídos no quadro 1, que dão conta quer das intenções referidas pelos autores, quer da rede de factos interligados em torno da qual se construíram os relatos.

Quadro 1

Intenções dos autores reveladas discursivamente: intenção de verdade e rede de factualidade

	São João	**São Bento**	**São Paulo**
Intenção de verdade	A intenção de verdade não é directamente enunciada pelo autor, mas infere-se da factualidade do relato.	"com comum estilo, direi o que alcancei na experiência de meus trabalhos, sem acrescentar nem diminuir a verdade do que se me oferece a contar." "recolhendo-me a meu propósito, que é escrever somente a verdade do que toca aos acontecimentos desta história".	"[relatarei o sucedido] usando de toda a verdade que me assiste"
Rede de factualidade	"Partiu neste galeão Manuel de Sousa (...) de Cochim, a 3 de Fevereiro do ano de cinquenta e dois [1552]".	"Aparelhados assim todos estes capitães (...), partiram do porto (...) de Lisboa, em domingo de Ramos, 24 de Março do dito ano [1553]".	"e deitámo-nos de mar em fora, com um vento Nordeste"
	"E sendo já em 11 de Março, eram Nordeste-Sudoeste com o Cabo da Boa Esperança, 25 léguas ao mar, aí lhe deu o vento Oeste e Oeste-Noroeste, com muitos fuzis."	"houvemos vista da terra (...), a qual, segundo a altura de trinta e três graus que tomámos, devia ser a ponta do Cabo do Recife".	"aos 27 do mesmo mês vimos a Deserta e a ilha da Madeira"
	"Desde que se viram sem mastro, sem leme e sem velas, ficou-lhes a nau lançada no bordo de terra".	"Faleceram também Nicolau de Sousa Pereira, Gaspar de Sousa, Álvaro Barreto, Gaspar Luís (...) e outros homens do mar e passageiros."	"e a cinco de Maio nos alargou o vento, que era Oeste e Oes-Sudoeste"
	"Na nau ficaram (...) quinhentas pessoas, a saber: duzentos portugueses e os demais escravos. (...) Morreram em se lançando [ao mar] mais de quarenta portugueses e setenta escravos".	"A este tempo andava o mar todo coalhado de caixas, lanças, pipas (...) que (...) o naufrágio fez aparecer; e andando tudo assim baralhado com a gente, de que a maior parte ia nadando à terra".	"Ao primeiro de Novembro, tomado o sol, ficaram todos os que o tomaram em trinta e seis graus"
	"Desta praia onde se perderam, em 31 graus, aos 7 de Julho de cinquenta e dois [1552], começaram a caminhar (...)."	"porque depois que ali estávamos não comíamos senão cocos; e foi tão pouco o que saiu à costa (...) que somente se pôde juntar uma pipa de biscoito e (...) um fardo de arroz, com alguns taçalhos de carne".	"À uma hora da noite nos deu de súbito um pé de vento, que nos vimos em assaz perigo, por meter a nau um bordo tanto debaixo de água, que chegou a lhe meter parte do cabrestante que vai no convés."

	"Havia cinco dias que caminhavam para o segundo rio e teriam andado vinte léguas quando chegaram ao rio do meio".	"Ao outro dia pela manhã, da banda d'além do Rio do Infante, apareceram certos cafres que andavam ao longo da praia queimando alguns pedaços da nau que o mar lançava, para lhes tirar os pregos."	"e depois do sol tomado em quarenta graus e meio, mandou o piloto governar ao Sueste, por causa de nordeastearem as agulhas uma quarta e meia"
	"Os homens que escaparam (...) seriam até oito portugueses e catorze escravos e três escravas".	"caminhámos dois dias, no fim dos quais chegámos à barra da Pescaria, que está em 28 graus e três quartos, a qual entra perto de duas léguas pela terra dentro (...) e ali achámos dois escravos que foram de Manuel de Sousa".	"Aos 15 deste mês, sendo em catorze graus e meio (...) houvemos vista de terra, que era a da ponta do Cabo da Boa Esperança".
		"em altura de trinta graus, topámos um rio que não está posto nas cartas, o qual conquanto não tem muita largura, é dos mais alcantilados daquela costa e por que maiores navios podem entrar".	

Os autores das relações, por vezes, mergulham na narrativa para formular juízos morais ou fazer reflexões e relatos dos estados de ânimo, ou ainda para evocar assuntos e recordações por vezes alheios ao fio condutor da narrativa, retardando o desenvolvimento da acção, seguindo uma modalidade de relato e de tradição literária afastada das práticas dominantes do jornalismo actual, mas perfeitamente em consonância com a cultura da época e os cânones da crónica tardo-medieval. O recurso ao discurso indirecto é corrente. Porém, também fazem análises[44] às situações, conforme poderíamos ter numa reportagem contemporânea. É o que podemos observar no quadro comparativo seguinte (quadro 2).

Quadro 2

Exemplos de imersão dos autores na narrativa

	São João	**São Bento**	**São Paulo**
	"e ainda que a nau levava pouca pimenta, nem por isso deixou de	"a qual [nau São Bento] fazia tanta vantagem a todas as outras em grandeza, fortaleza e bondade, que daqui se veio a principiar a maior parte da desventura que depois sucedeu; porque estas suspeitas carregavam tanto as partes e fazendas sobre ela, que os oficiais a quem a emenda disto	"quem vier do Brasil há-de vir pôr-se em mais altura do que estiver o porto que demandar; e isto vindo até todo o Agosto, porque até este tempo reinam os ventos Suestes e Leste-Suestes, e é bom ficar bem a barlavento para a parte do Sul. E vindo do fim de Agosto por diante, então se pode pôr na altura do porto

[44] A análise assenta em factos.

Exemplo de análise	ir muito carregada de outras mercadorias, no que se havia de ter muito cuidado pelo grande risco que correm as naus muito carregadas".	cumpria se não sabiam dar a conselho (...). (...) além de vir por baixo das cobertas toda maciça com fazendas, trazia no convés setenta e duas caixas de marca e cinco pipas de água a cavalete (...) que a altura destas coisas igualava o convés com castelos e chapitéu; o que, ajuntando com a fúria do temporal (...) fez sofrer a nau (...) que ficando muitas vezes afogada nos mares, eles entravam sem resistência".	que vem buscar e correr por ela e ficar ainda a sulavento se quiser, porque então cursam os Nordestes e Nor-Nordestes; assim pode ficar em menos altura. E esta foi a causa por que, com ventos frescos e galernos, pusemos vinte dias depois de dobrar a Linha até o Brasil, e por nos pormos em mais altura e estarmos muito amarrados corremos alguns dias a demandar terra."
Exemplo de reflexão e/ou juízo	"Parece verdadeiramente que a graça de Nosso Senhor supria aqui; porque sem ela não pudera uma mulher tão fraca, e tão pouco acostumada a trabalhos, andar tão compridos e ásperos caminhos". "Em verdade, que não sei quem por isto passe sem grande lástima e tristeza. Ver uma mulher tão nobre, filha e mulher de fidalgos tão honrados, tão maltratada e com tão pouca cortesia."	"navegámos até aos 23 dias do mês de Março, em que nosso Senhor foi servido levar desta vida a Pedro Sobrinho de Mesquita, meu pai, estando guardada aquela fria e inquieta sepultura aos cansados setenta anos, depois de tantos trabalhos por mar e por terra, como tinha levado nas partes da Índia, onde servindo gastara o mais da sua idade (...), cuja morte eu não lamento como perda de tal pai e companheiro de tantos anos e tão diversos acontecimentos, porque sucedeu depois o tempo de maneira que, chamando-lhe muitas vezes bem-aventurado, não cessava de dar graças a Nosso Senhor, que não o quis guardar para tantos males, e o levou em tempo que não viu a destruição de seus amigos e familiares"	"E ao outro dia nos achámos em oito graus (...) ao mar da costa da Guiné, onde tiveram princípio nossos trabalhos e se começaram a cumprir em nós o prognóstico e juízo das regateiras de Lisboa (...) de que se não lembra nem lança mão o homem senão quando se vê revolto e carregado de misérias e trabalhos; e então nas adversidades percorre no pensamento todas as coisas que podem ser causa de suas fortunas, sem advertir que assim o merecem os seus pecados e o quer assim a vontade divina, a que se não pode nem se há-de resistir."

As relações de naufrágios aqui estudadas contam-nos histórias com fundo moral, que questionam a vantagem de se tentar enriquecer desafiando perigos enormes que podem levar à perda da própria vida, da vida dos familiares e dos bens. No entanto, elas não beliscam a hierarquia social, tendo uma dimensão ideológica favorecedora do *statu quo*. A responsabilidade pelo que sucede é sempre pessoal, não do sistema e muito menos do Rei, de quem, inclusivamente, os autores Henrique Dias (São Paulo) e Manuel de Mesquita Perestrelo (São Bento) se declaram súbditos e servidores (quadro 3).

Quadro 3

Excertos demonstrativos da fidelidade dos autores ao Rei de Portugal

São Bento	**São Paulo**

"Havendo por seu serviço o muito católico e excelente príncipe El-Rei Dom João o III, Nosso Senhor, que Deus tem em glória"	"Eu por servir a Deus e a El-Rei Nosso Senhor todo o tempo de nossa viagem"
	"tive na corte, servindo a El-Rei Nosso Senhor, que em glória está"
	"perdoe Deus a quem engana em casos de tanta consciência à Pessoa Real"
	"perdoe Deus a quem assim enganou a Majestade Real

Os autores das relações, por vezes, gostavam de mostrar a sua erudição e eloquência. Os textos eram os palcos para alguns autores brilharem, como o fez Henrique Dias, autor da *Relação do Naufrágio da Nau São Paulo*, que enxameia a narrativa de excertos latinos, bíblicos e outros, conforme podemos ler no quadro 4.

Quadro 4

Manifestações de erudição do autor da *Relação do Naufrágio da Nau São Paulo*

São Paulo
"dizer sempre, com o sapientíssimo Job: 'por muitos males que venham, sempre o Nome do Senhor seja louvado e exaltado'."
"já que as coisas compridas, como afirma o poeta, costumam ser desprezadas e lidas em pouco, e agradar as breves"
"por me não dizerem o que o excelente pintor Apeles disse ao sapateiro atrevido (...): 'o sapateiro com o sapato, e o barqueiro com a barca'.".
"como diz Ovídio, ter companheiros em suas dores e penas".
"se podia dizer (...): *Marte undique et undique coelum*".
"pois *stat sua enique dies breve et inexorabile*."

O facto de apenas se ter detectado a ambição do brilho pessoal no autor na *Relação do Naufrágio da Nau São Paulo* mostra, apesar de tudo, que possivelmente a maioria dos autores de relações procuravam anular-se, para deixar a narrativa viver dos factos e da informação, uma atitude muito jornalística. No entanto, como vimos no quadro 2, por vezes os autores também imergem na narrativa para tecer considerações pessoais sobre os factos e as pessoas, retardando a acção e imprimindo a sua visão do mundo ao texto. Noutro exemplo, Henrique Dias (S. Paulo) escreveu o seguinte sobre os marinheiros: "São os homens do mar muito semelhantes às mulheres nos tempos de seus partos, em suas muito estranhas e grandíssimas dores, que juram, se daquela escapam, não terem mais cópula nem ajuntamento nunca com varão. Assim nestes perigos evidentes, e de tanto temor e espanto, qual há aí que não jure e prometa de outra nunca tal lhe acontecer ou em outra tal se achar? O que passado, passou-se e acabou-se a memória de tudo, e tudo são folias, pandeiros e zombarias." Este último excerto mostra, aliás, que apesar da intenção de verdade dos escritores e da

homogeneidade estrutural que os relatos revelam, os autores das relações eram autónomos na análise e mesmo na edificação de uma linha narrativa, embora estivessem sintonizados nos enquadramentos justificativos dos naufrágios e na postura religiosa.

3.2 Dimensão ideológica nas relações

A noção de hierarquia social é vincada pelo facto de, nas relações, apenas os homens "grandes" serem nomeados pelos nomes e cargos, a que por vezes ainda se adicionam adjectivos honrosos (quadro 5). Os outros diluem-se no anonimato, sendo que os nativos, em acréscimo, tendem a ser apresentados com enquadramentos negativos (ver também o quadro 7), contrastando com a adjectivação positiva com que são catalogados os portugueses, em especial os nobres, apesar destes últimos serem, em alguns casos, alguns dos principais responsáveis pelos naufrágios, já que os capitães eram nomeados pelo Rei não pela sua competência náutica, mas por linhagem ou por favores que o Rei lhes devia (os autores das relações nunca referem esse dado entre as causas dos desastres). Por outro lado, as histórias das relações são marcadamente masculinas; as mulheres, nas poucas vezes que são referidas, são representadas como seres frágeis e dependentes dos homens, tal como as crianças. O discurso das relações, a este nível global, pode classificar-se como tendo uma dimensão não apenas cultural mas também ideológica, reforçando e legitimando, simbolicamente, as relações sociais de poder e dominação, tal como numerosos estudos indiciam para o jornalismo contemporâneo (ver, por exemplo: Sousa, 2000).

Quadro 5

Exemplos de referência a pessoas nas relações

	São João	**São Bento**	**São Paulo**
Elites	Manoel de Sousa (...), fidalgo mui nobre piloto André Vaz oficiais e homens fidalgos (...), Pantaleão de Sá,	El-Rei D. João o III D. Afonso de Noronha, que então governava a Índia capitães [das naus] D. Manuel de Menezes, na	capitão-mor D. Jorge de Sousa Governador, Bispo, Vedor da Fazenda, Provedor-Mor del Rei Nosso Senhor

	Tristão de Sousa, Amador de Sousa, Diogo Mendes Dourado (...) António de Sampaio, sobrinho de Lopo Vaz de Sampaio Diogo Mendes Dourado (...), valente cavaleiro D. Leonor (...) mulher tão nobre, filha e mulher de fidalgos (...) honrados Rei cafre, reizinho	nau Santo António (...); Rui Pereira da Câmara, na nau Santa Maria da Barca... nau São Bento, de Fernão d'Álvares Cabral Faleceram também Nicolau de Sousa Pereira, Gaspar de Sousa (...) Duarte Gonçalves, arcediago da Sé de Goa, e outros homens importantes Rei cafre	Diogo Pereira de Vasconcelos, um fidalgo Majestade Real padre Manuel Alves capitão Rui Melo da Câmara reis assaz poderosos fidalgo (...) Rui de Melo
Os outros	cafres, gente, portugueses, escravos, negros, cafraria, os outros [por vezes com estimativa de números]	cafres, gente, portugueses, escravos, negros, cafraria, os outros [por vezes com estimativa de números]	cafres, gente, portugueses, escravos, negros, cafraria, os outros [por vezes com estimativa de números], naturais da terra, bárbaros, homem, menina

Os enquadramentos das narrativas são, sem excepção, profundamente religiosos, evocando repetidamente o fatalismo cristão, como podemos observar por alguns excertos inseridos no quadro 6, entre os muitos que poderiam ser seleccionados. Diga-se, aliás, que os portugueses se viam a si mesmos mensageiros do Cristianismo, assumindo uma ideologia assente no que criam ser a sua missão civilizadora e evangelizadora. Por um lado, os autores perspectivam uma intervenção directa e constante de Deus sobre o destino dos náufragos; por outro lado, o relato é configurado de maneira a evidenciar-se o pecado (avidez), o castigo divino, o arrependimento e a peregrinação para a expiação do pecado. Mas o perdão (divino, por suposto) só é concedido a alguns, os que se salvam, que nem sempre são os protagonistas principais das histórias. Por exemplo, na *Relação da Perda do Galeão São João*, Manuel de Sousa de Sepúlveda e sua família morrem e o mesmo acontece a Fernão d'Álvares Cabral, na *Relação do Naufrágio da Nau São Bento*.

Quadro 6

Exemplos de enquadramento religioso nas três relações: pecado e expiação

São João	**São Bento**	**São Paulo**
"[contar a história deste naufrágio serve] para os homens muito temerem os castigos do Senhor e serem bons cristãos, trazendo o temor de Deus diante dos olhos"	"Nossa Senhora foi servida abonançar aquele tempo (...) e ainda nos ficava a misericórdia de Nosso Senhor, mediante a qual poderia ser não se ir a nau naquela noite ao fundo"."	"Mas parece que era assim a vontade divina e se chegava a hora e desventura de nosso naufrágio e perdição".
"história que daria aviso e bom	"como homens que esperávamos	

exemplo (...) para que os homens que andam pelo mar se encomendem continuamente a Deus e Nossa Senhora."	antes de poucas horas dar conta a Nosso Senhor de nossas bem ou mal gastadas vidas"	"Nosso Senhor nos salvou milagrosamente".
"nau (...) que por milagre de Deus se sustentava sobre o mar"	"[a nau ter encalhado num ilhéu foi] outra mercê de Nosso Senhor"	"Parece queria Nosso Senhor salvar alguns inocentes que nesta nau vinham, por não perecerem no mar de todo à fome".
"porque queria Deus que a água lhes servisse de mantimento"	"tudo (...) estava cheio de (...) coisas preciosas, jazendo muitas delas ao lado dos seus donos, a quem não somente não puderam valer na presente necessidade, mas ainda a alguns, de *quem eram sobejamente amadas na vida, com seu peso foram causa da morte*; (...) e (...) *bastava a memória daquele passo para não ser a pobreza havida por tamanho mal, que por lhe fugir deixemos a Deus e o próximo, pais, irmãos, amigos, mulheres e filhos, e troquemos tantos gostos e inquietações pelos sobejos que cá ficam.*"	"Assim *ficou tudo no ar e castigou Deus nossos pecados*, e atalhou nossos pensamentos, por serem estes contrários em tudo à sua Divina vontade".
"e se neste tempo fora vivo Manuel de Sousa, também fora resgatado, mas parece que foi assim melhor para a sua alma, pois Nosso Senhor foi servido"	"Preza a Nosso Senhor, por cuja alta bondade destas coisas escapámos, tomar-nos o passado por penitência de nossas vidas e alumiar-nos da sua graça para que adiante vivamos de maneira que lhe mereçamos depois dos dias da vida que ele for servido, dar-nos para a alma parte em Sua glória".	"E na verdade quem bem quiser olhar, ninguém se espantará destes trabalhos, que para eles nasceu o homem, como diz o Santo Job; e muito mais merecem os homens por seus pecados (...), a todas estas misérias e a muito mais se oferece quem navega (...), e *antes com menos da terra do que atravessar o mar por coisas tão transitórias e de pouca dura*."

É de dizer, também, que a crise portuguesa do final do século XVI ecoa indirectamente nos relatos. Manuel de Sousa de Sepúlveda (São João), por exemplo, é a metáfora do comerciante português da época, empreendedor e corajoso, mas egoísta e cobiçoso, apostado no rápido enriquecimento a qualquer custo, sobrecarregando a nau e aceitando empreender viagem já fora da época aconselhada, tanto quanto a negligenciada nau é a metáfora de um país em crise e o relato do naufrágio simboliza, de certa forma, um inconsciente colectivo povoado de medos e incertezas. É também a cobiça, aliás, que leva a Fernão d'Álvares Cabral deixar sobrecarregar a nau São Bento, causa primeira da sua perdição, como nos relembra o autor da relação do seu naufrágio, Manuel de Mesquita Perestrelo. Ainda no que respeita aos enquadramentos definidores do mundo sugeridos pelas relações estudadas, é também interessante atentar na forma como é construída a imagem dos nativos com os quais os portugueses se cruzavam. A referência aos nativos tende a fazer-se sempre vincando a

oposição nós (portugueses, superiores)/eles (nativos, inferiores, incivilizados), como se tenta documentar com alguns excertos inseridos no quadro 7 e pela forma diferente de tratamento das pessoas, de que se encontram exemplos no quadro 5.

Quadro 7

Imagem dos nativos nas três relações

<table>
<tr><th>São João</th><th>São Bento</th><th>São Paulo</th></tr>
<tr><td>“Porque Manuel de Sousa (...) foi acabar sua vida, e de sua mulher e filhos, (...) entre os cafres”.</td><td>“ali perto estavam sete ou oito homens (...) mas eles, havendo medo, fugiram”</td><td rowspan="10">“os naturais da terra [Brasil] são por extremo bárbaros, assim no comer carne humana como em toda a razão e bons costumes, e fora de toda a vida política da outra gente, o que eu creio causa mais a sua muita rudeza e simplicidade que outra nenhuma maldade, refolhos, crueldade ou enganos que neles haja. Em uma só coisa guardam justiça: que quem mata, hão-de matar da maneira que matou, e se o malfeitor se acolhe a outros, e o não tornam e entregam para dele se fazer justiça, tanta guerra se hão-de fazer, ainda que se matem e comam todos uns aos outros, até que achem o delinquente e seja punido de seu erro e pecado. Lei estabelecida entre eles é casarem os tios com as sobrinhas, e estas serem suas naturais mulheres; e os irmãos têm poder nas irmãs, e as trocam, vendem e escambam em suas necessidades, o que nem pais nem as mães podem fazer em nenhum modo sem licença e consentimento dos filhos. Sentem muito os seus mortos e fazem por eles grandes prantos que duram vários dias. Dos seus muitos abusos e ridículos costumes, direi um só. Quando as mulheres parem (...) vão fazer o que lhes é necessário (...); o marido se deita na rede (...) e aí é visitado muitos dias por seus amigos e parentes, que festejam a sua arte (...).”</td></tr>
<tr><td>“[não vale a pena salvar as mercadorias] por causa dos cafres, que os haviam de roubar”</td><td>“cem cafres com muitos paus tostados nas mãos, que estas são as suas principais armas, e algumas azagaias com ferro.”</td></tr>
<tr><td>“espantados [por ver os brancos] se tornaram a ir”.</td><td>“gente da terra, de (...) má inclinação e fé pouca”</td></tr>
<tr><td>“os negros fugiram [das suas casas] com medo [dos portugueses]”.</td><td>“caminhámos (...) levando sempre cafres após de nós, que sem ousarem acometer-nos iam esperando alguns cansados ou desmandados [para os atacarem, matarem e roubarem]”</td></tr>
<tr><td>“[os portugueses] tinham já pelejado algumas vezes, mas sempre os cafres levaram a pior”</td><td>“certos cafres (...) nos mostraram uns bolos feitos de nacharre (...) dizendo que os venderiam se lhes déssemos ferro”</td></tr>
<tr><td>“não há dúvida senão que em todas as nações há maus e bons”.</td><td>“tivemos com eles uma arriscada briga (...) muitas vezes assaz duvidosa a cada uma das partes, mas por derradeiro, nos fez Nosso Senhor mercê que, arrancando-os de todo, os fizemos recolher a um outeiro”.</td></tr>
<tr><td>“este rei cafre apertou muito com Manuel de Sousa (...) dizendo-lhe que tinha guerra com outro rei (...) e queria sua ajuda”.</td><td>“entregues aos cafres, em quem acharíamos menos piedade que em todos os tigres e Hircânia”.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">“tanto que os cafres viram os portugueses sem armas, como já tinham concertada a traição, começaram logo a apartar e roubar, e os levaram por esses matos cada um como lhe cabia a sorte. E acabando de chegarem aos lugares, os levavam já despidos, sem lhes deixar sobre si coisa alguma, e com muita pancada os lançaram fora das aldeias.”</td><td rowspan="2">“Por aqui caminhámos cinco dias, levando sempre cafres atrás de nós, que sem ousarem acometerem-nos iam esperando alguns cansados ou desmandados [para os atacar, roubar e matar].”</td></tr>
<tr><td>“há entre alguma gente desta ilha (...) uns a que chamam lampões, que comem carne humana, como os tapuias do Brasil, aos quais se parecem nos corpos, cores e feições”</td></tr>
<tr><td rowspan="3">“[os negros] puseram a Pantaleão de Sá em um altar e [veneraram-no] como divindade (...)”</td><td rowspan="3">“uma povoação, da qual todos os que puderam eram fugidos [com medo dos portugueses]”</td><td>“Todos os outros moradores da ilha são homens muito polidos e bem tratados, e de muito boa razão”.</td></tr>
<tr><td>“esta era muito má gente e de que se não podia fiar nada (...) e nos mataram e comeram alguns homens”</td></tr>
<tr><td>“Com este descuido, confiança e fingida amizade nos negros não atentámos em muitas almadias que</td></tr>
</table>

		nestes quatro ou cinco dias (...) eles urdiram e determinaram nossa destruição".

Nas passagens inseridas no quadro 7, vislumbra-se a imagem que os portugueses tinham dos negros africanos (São João e São Bento) e dos nativos brasileiros e malaios (São Paulo). Embora, como escreveu o autor anónimo da *Relação da Perda do Galeão São João*, entre todos os povos, incluindo os portugueses, haja boas e más pessoas, a ideia central construída pelos textos é a de que seria desditoso morrer "entre os cafres" (São João), pois os portugueses sentiam-se, nitidamente, superiores, e também, naturalmente, prefeririam morrer entre os seus. De qualquer modo, o encontro entre nativos e portugueses era dominado pelo medo e pela perplexidade de parte a parte, sendo frequente a fuga dos nativos.

Os nativos são vistos como potenciais ladrões e alguns deles são apresentados como traiçoeiros e mentirosos, enganando os portugueses com amáveis palavras para, ganhando a sua confiança, os atacarem e roubarem (São João, São Bento, São Paulo). Os nativos brasileiros e malaios são especificamente vistos como bárbaros antropófagos (São Paulo), apesar de o autor também dizer que na ilha de Sumatra também viviam homens polidos e educados.

Pese embora a imagem negativa dos nativos, é contado que alguns deles acolhem generosamente os náufragos e aceitam comerciar com eles, vendendo-lhes alimento, ou até caçar com eles (São Paulo). Em alguns casos (São João), os nativos, apesar de vistos como belicosos (todas as relações estudadas têm vários relatos de combates entre os náufragos e os nativos), buscavam a aliança com os portugueses, para que estes os ajudassem a vencer conflitos com povos vizinhos. Assim, indirectamente, sobressai do texto a superior capacidade militar dos portugueses.

Realce-se, porém, que a imagem dos náufragos portugueses construída pelas relações também não é muito positiva. Apesar de serem apresentados como lutadores e corajosos, ao empreenderem uma difícil e longa jornada para serem resgatados, os portugueses também são apresentados como seres que dificilmente se adaptam a um ambiente hostil, que andam rotos, sequiosos e esfomeados, tendo os "cafres (...) nojo da (...) [sua] magreza, imundície e miséria" (São Bento), e que são capazes de se

explorarem (por exemplo, vendendo alimentos a preços exorbitantes) e atraiçoarem mutuamente (são várias as histórias de desobediência aos capitães, por exemplo), mesmo quando deviam estar unidos perante a adversidade.

Por outro lado, os portugueses também são retratados como ingénuos, como acontece quando aceitam desarmar-se voluntariamente e entregar as armas aos nativos para que estes lhas guardassem, quando na realidade os negros queriam desarmar os portugueses para mais facilmente os roubarem (São João).

Em determinadas situações os autores vincam que os portugueses descem a um nível inferior ao dos nativos. É o que acontece, em especial, na *Relação do Naufrágio da Nau São Bento*, que relata actos de canibalismo e intenções de canibalismo por parte dos portugueses, embora sempre justificados pela fome: "[quatro portugueses] constrangidos da fome, tomaram um cafre que toparam ao longo do mar e, metendo-se com ele em um mato, o esquartejaram e assaram para fornecerem os alforges (...) [Mais tarde, tendo capturado um outro nativo] constrangeu a necessidade a muitos serem de parecer que comêssemos a esse cafre e, segundo se já soava, não era a primeira vez que a desventura daquela jornada chegara a alguns a gostarem de carne humana, mas o capitão não quis consentir".

Por vezes, os autores também destacam a condescendente superioridade moral dos portugueses, como acontece com Manuel de Sepúlveda, que resiste a roubar a vaca dos negros apesar da vontade de o fazer e de o roubo, na óptica do autor da relação, ser justificável, porque Sepúlveda precisava da vaca para alimentar mulher e filhos (e os outros eram apenas cafres, que já tinham aceite trocar a vaca por pregos e depois recuaram na sua decisão): "o capitão lhes não quis tomar a vaca, tendo dela muita necessidade para sua mulher e filhos" (São João). Um outro exemplo da propagada superioridade moral dos portugueses observa-se quando estes chegam a uma povoação onde viviam uns nativos com quem tinham lutado, mas só encontram velhos, pois os outros tinham fugido: "uma povoação, da qual todos os que puderam eram fugidos, e somente ficaram quatro ou cinco velhos

(...) [que] esperavam de nós o pago do que tinham merecido, mas (...) com dó de suas velhices nenhum mal lhes quisemos fazer" (São João).

Em alguns casos, os náufragos portugueses são compelidos a servirem os nativos, para assim assegurarem alimento e salvarem as suas vidas: "a vida que neste tempo passávamos era escolher cada um, no lugar onde estava, o cafre que melhor acondicionado lhe parecia, e servi-lo de água e lenha que lhe era necessária" (São Bento). Esta inversão da situação, em que o senhor é o negro e o servo é o branco, acaba por funcionar indirectamente como uma lição de humildade e igualdade.

Alguns portugueses também são apresentados como tão cobiçosos que, apesar de já terem experimentado as agruras de um naufrágio, voltam a embarcar sempre e mais uma vez. Observe-se, por exemplo, o seguinte excerto de texto, dramático, visual, sensacionalista: "Manuel de Castro, irmão de Diogo de Castro mercador, que escapara já a outra vez do naufrágio de Manuel de Sousa, ao qual o pé do mastro colheu uma perna entre si e o costado da nau que lha quebrou, e arrancou quase toda pela reigada da coxa, fazendo-lha dali para baixo em tantos pedaços, que lhe ficou, de uma grande braça em comprido, com os ossos todos esburgados a uma parte, e tão feitos em rachas, que por muitos lugares lhe iam caindo os tutanos (...) [mas] teve tão bom espírito que não bastou a forma dos mares, que a tantos sãos quebrara, para que lhe estorvasse sair em terra e ir assim a rasto pelos altos e baixos daquela penedia, até chegar onde a água não alcançava, mas contudo na noite seguinte faleceu."

A cobiça dos portugueses é enfatizada pelo facto de estes não aprenderem com as lições de naufrágios passados. As causas para esses desastres são referidas pelas relações: sobrecarga das naus, equipamento deficiente e sem manutenção, viagens fora das épocas e das rotas aconselhadas, pilotos mal preparados, etc. No entanto, eram, aparentemente, ignoradas, já que os erros se cometiam uma e outra vez.

3.3 Títulos das relações

Os títulos das três relações estudadas são semelhantes na forma. Todos indicam que os relatos se referem ao naufrágio de determinadas naus[45]. Todos têm um tom bastante actual, no sentido de que antecipam o mais importante da informação, tal e qual os manuais de jornalismo contemporâneos aconselham a fazer. Todos tentam responder a pelo menos algumas das perguntas que a retórica clássica enunciava como sendo essenciais para transmissão de novidades, que já Tobias Peucer recordava, em 1690, e que o jornalismo contemporâneo recuperou como sendo as perguntas "Quem?", "O Quê?", "Quando?", "Onde?", "Como?" e "Porquê?". De facto, os títulos das relações aqui estudadas podem não ter a brevidade e o carácter incisivo e selectivo dos títulos jornalísticos contemporâneos, mas o essencial está lá, como poderemos ver pelo quadro 8:

Quadro 8

Regras retóricas da narração de novidades e sua aplicação nos títulos das relações

Regra retórica e jornalística da enunciação de novidades	**Exemplos**
Mencionar o objecto (o acontecimento)	− Naufrágio do galeão São João e consequências nefastas para principais sobreviventes − Viagem e naufrágio da nau São Bento − Viagem e naufrágio da nau São Paulo
Referir os sujeitos da acção	− Manuel de Sousa de Sepúlveda, mulher, filhos e demais gente − Fernão d'Álvares Cabral, Manuel de Mesquita Perestrelo − Capitão Rui de Melo da Câmara, Mestre João Luís e Piloto António Dias
Causa	− Não referido
Modo	− Não referido
Local	− Terra do Natal (São João) − Cabo da Boa Esperança (São Bento)
Tempo	− 24 de Junho de 1552 (São João) − 1554 (São Bento) − [1560]
Assinatura do autor	− Manuel de Mesquita Perestrelo (São Bento) − Henrique Dias, "criado do Sr. Dom António Prior do Crato"

A grande extensão dos títulos das três relações permite-lhes funcionar como *lead*[46], ou entrada[47], já que informam o leitor não apenas sobre *o que aconteceu* e *os principais sujeitos da acção*, mas

[45] No caso da *Relação da Armada*, a menção ao navio naufragado surge no título da primeira edição.
[46] Relembre-se que no relato noticioso jornalístico o *lead* é o primeiro parágrafo de uma notícia. Quando esta foi elaborada com base na técnica da pirâmide invertida, o *lead* deve conter a informação mais importante, que usualmente

também sobre *quando aconteceu* e, em dois casos (São João e São Bento), *onde aconteceu*, seguindo, como dissemos, os cânones da retórica clássica.

É de referir que, apesar da primeira das relações estudadas (São João) ser anónima, como vimos acima, as duas restantes têm autores definidos, que se "puxam" a si mesmos para o título, conforme, aparentemente, seria usual no século XVI. Corresponderia, hoje, à assinatura do jornalista que redigiu a matéria. Essa estratégia, como veremos, também está relacionada com a assunção de um determinado *ethos* por parte do autor, que procura credibilizar a informação dando "a cara" por ela. O título completo da *Relação da Perda do Galeão São João* antecipa, ainda, que o capitão da nau e a sua família morreram por causa do naufrágio, informação que, de resto, será várias vezes apresentada ao longo da narrativa, retardando a narração da acção. Entre os títulos das três relações, o título dessa é, assim, o que melhor funciona como uma espécie de *lead* ou entrada. Tendo sido, cronologicamente, o primeiro, também poderá ter funcionado como modelo para os demais. Embora só o título da primeira das relações (São João) o refira, as três folhas ocasionais aqui apresentadas, como veremos, narram também o que aconteceu aos sobreviventes do naufrágio, parte que constitui, aliás, o foco das narrativas.

3.4 Estrutura das relações

Segundo Lanciani (1979), as relações de naufrágios portuguesas dos séculos XVI e XVII sofreram a influência estrutural de crónicas de viagens medievais, seguindo, assim, cânones retóricos já existentes, tendo, habitual e nomeadamente, as seguintes partes: *exordium*, *proposito*, *narratio*, *conclusio*, centrando-se, porém, na terceira (*narratio*).

---

coincide com a resposta a "Quem?", "O Quê?", "Quando?" e "Onde?", por vezes também, ainda que de forma breve, "Como?" e "Porquê?".

[47] A entrada, também designada *super-lead*, entre outras denominações possíveis é o texto que abre uma matéria, procurando suscitar o interesse do leitor. Normalmente, a entrada redige-se como uma espécie de sumário cativante da peça jornalística.

3.4.1 A introdução, o *exordium* e o *proposito*

O *exordium* e o *proposito* formam, na retórica clássica, a introdução a um discurso, o espaço apropriado para se explicitar o respectivo tema e finalidade. Por vezes, é no *exordium* e *proposito* que o autor salienta o seu *ethos*, revelado nas suas capacidades e qualidades e nas circunstâncias em que produziu o discurso. A chamada de atenção para o *ethos* do autor tem por objectivo reforçar a sua credibilidade perante a audiência.

O *exordium* e o *proposito*, com ou sem ênfase no *ethos* do autor, são raros nas reportagens jornalísticas contemporâneas. Quando aparecem, não são mais do que um mero recurso estilístico dos jornalistas. Neste ponto, as relações de naufrágios que possuem *exordium* e *proposito* são nitidamente datadas, distinguindo-se da generalidade das reportagens contemporâneas. Porém, das três relações estudadas, só a *Relação da Perda do Galeão São João* tem um *exordium* e um *proposito* bem definidos, ainda que ocupem somente umas breves linhas. As duas restantes têm uma introdução ao tema, mas nenhuma delas possui *exordium* ou *proposito* nitidamente definidos no início do relato. Assim, pode dizer-se que Manuel de Mesquita Perestrelo e Henrique Dias, autores das relações em causa, embora, certamente, sem qualquer intencionalidade, elaboraram narrativas cuja estrutura é mais próxima daquela que actualmente preside às reportagens.

Quadro 9

Exordium* e *proposito* da *Relação do Naufrágio do São João

São João
O autor anuncia que o relato se destina a ensinar os homens a "temerem os castigos do Senhor e serem bons cristãos, trazendo o temor de Deus diante dos olhos, para não quebrar seus mandamentos". Acrescenta que redigiu o texto por lhe parecer que a história "da morte deste fidalgo [Manuel de Sousa de Sepúlveda], e de toda a sua companhia" serviria de "exemplo a todos (...) para que os homens que andam pelo mar se encomendem continuamente a Deus, e a Nossa Senhora que rogue por todos. Amem."

Como se constata pela leitura do quadro 9, o principal propósito do autor da *Relação da Perda do Galeão São João* é alertar os homens, em especial os marinheiros e mercadores, para serem cristãmente rectos, pois na sua profissão correm quotidianamente perigo de morte.

É também no início do relato que os autores das relações aguçam, habilmente, o apetite dos leitores para as histórias que lhes vão contar, como faria qualquer bom repórter actual. Fazem-no, como se ilustra no quadro 10, através de estratégias que ainda hoje se sugerem nos manuais de jornalismo: 1) *Personalização*, relembrando algumas das personagens da acção ou com ela correlacionadas, sempre personagens das elites navegantes e comerciais da época; e 2) *Dramatização*, através da antecipação dos funestos acontecimentos futuros ou da narração de episódios que antecederam a partida e constituíram maus presságios.

É interessante notar, no prólogo à relação do naufrágio da São João, a referência aos negros, os cafres, expostos, estereotipadamente, ao longo da narrativa, como seres inferiores, em contraponto ao carácter civilizado e superior dos portugueses. Se morrer era um infortúnio, morrer afastado de Portugal e, ainda por cima, *na terra dos cafres*, seria, para os portugueses da época, um infortúnio ainda maior. Aliás, essa visão estereotipada dos negros e, também, dos malaios (São Paulo) é constante nas três relações.

Quadro 10

Quadro comparativo das técnicas de dramatização inicial do discurso

São João	**São Bento**	**São Paulo**
A personalização e dramatização são reforçadas pelo facto de a figura central do relato ser um nobre, uma pessoa das elites da época, piedosa e devota: "Coisa é esta que se conta neste naufrágio para os homens muito temerem os castigos do Senhor e serem bons cristãos. Porque Manuel de Sousa era um fidalgo muito nobre (...) e na Índia gastou em seu tempo mais de cinquenta mil cruzados em dar de comer a muita gente, em boas obras que fez (...); por derradeiro foi acabar sua vida, e de sua mulher e filhos, em tanta lástima e necessidade, entre os cafres, faltando-lhe o comer e beber e vestir".	A personalização e dramatização assentam na evocação do capitão Fernão d'Álvares Cabral que partiu para as "partes da Índia" a mando de Dom João III, capitaneando uma nau e uma armada, e ainda na evocação do acontecimento central do relato e da morte do capitão: "Dom Manuel de Menezes, na nau Santo António, que ardeu primeiro que partisse (...); Rui Pereira da Câmara, na nau Santa Maria da Barca; D. Paio de Noronha, na nau Santa Maria do Loreto; e Belchior de Sousa, na nau Conceição; e por capitão mor de toda esta armada a Fernão d'Álvares Cabral, fidalgo de muita estimação neste reino, o qual ia na nau S. Bento, de Sua Alteza, a qual era a maior e melhor que então havia na carreira, e levava por piloto Diogo Garcia, o Castelhano, por mestre António Ledo, e por contramestre Francisco Pires, todos homens muito estimados em seus cargos (...). Fernão d'Álvares Cabral varou em terra na boca do Rio do	A dramatização inicial do discurso assenta na recordação dos prenúncios de tragédia ao equiparar à voz divina os comentários da *vox populi* em relação a vários acontecimentos problemáticos que retardaram a partida da nau São Paulo de Lisboa: "Acontece muitas vezes a voz do povo ser juízo do Senhor, e falar pela boca dele o que há-de vir, segundo nos mostra bem claro a Sagrada Escritura". Além disso, na introdução à narrativa o autor dramatiza o relato antecipando o que aconteceu e seria narrado a seguir: "depois de tantos dias e meses de caminho, gastos e consumidos já os homens com doenças e gravíssimas fomes e desventuras, quantas o humano pensamento pode imaginar e alcançar; verem e provarem tantas vezes a morte, e verem-na nos olhos em tantas figuras, hábitos e maneiras, e no fim perderem quase todas as vidas onde nunca foi ter nau de

	Infante, junto ao Cabo da Boa Esperança, de cuja viagem, naufrágio, desterro e fim, posto que com comum estilo, direi o que alcancei na experiência de meus trabalhos".	cristãos, mouros ou gentios; e os que da fúria deste naufrágio e infortúnio ficámos, não sei se os julgue por mais afortunados, pois foram e são os mais doentes, de doenças tão diversas e tamanhas, que não sei que vida se pode chamar a de tantos desgostosos."

É visível no quadro 10 que para os autores das três relações a intervenção divina no mundo profano é real e constante. O naufrágio do galeão São João e as desventuras do fidalgo Manuel de Sousa de Sepúlveda e da sua família, segundo o enquadramento dado pelo relato, são casos exemplares de castigo divino, devido ao pecado da cupidez. O naufrágio da nau São Paulo, por seu turno, foi, para o crédulo autor, pressagiado pela voz do povo, que para ele é a voz de Deus, e a viagem quase um gesto de arrogante desafio à divindade. Já Manuel Maria Perestrelo, autor do relato do naufrágio da nau São Bento, prefere deixar a evocação divina apenas para o miolo da narrativa, mas irá fazê-lo amiúde (tal e qual como os restantes autores).

O quadro 10 também mostra que, ao anteciparem a informação principal, as três relações se aproximam do modelo de relato conhecido por pirâmide invertida, em que a informação principal surge no início do relato.

O reforço do *ethos* do autor, para credibilizar o relato, faz-se através da evocação da fonte (São João) ou da inclusão do relator entre as testemunhas directas do acontecimento, que também viveu e presenciou (São Bento e São Paulo), como podemos apreciar no quadro 11. No entanto, na *Relação do Naufrágio da Nau São Bento* é já no miolo da narrativa que o autor revela que se encontrava na nau.

Quadro 11

Reforço do *ethos* do autor como estratégia de credibilização das histórias narradas

São João	**São Bento**	**São Paulo**
A credibilização do discurso passa pela evocação da fonte, testemunha participante dos factos narrados: "E [Manuel de Sousa] passou tantos trabalhos antes da sua morte, que não podem ser cridos senão de quem lhos ajudou a passar, que entre os mais foi um Álvaro Fernandes, guardião do galeão, que me contou isto muito	O reforço do *ethos* é feito no miolo da narrativa, em várias passagens, assumindo o autor a condição de testemunha presencial dos trágicos acontecimentos. A primeira dessas passagens é a seguinte: "Acabando Fernão d'Álvares, e os que com	O autor reforça o seu *ethos* explicitando, indirectamente, que era um dos embarcados na nau, pelo que se tornaria testemunha dos acontecimentos narrados: "[O juízo do Senhor] foi (...) servido cumprir-se em nós, porque estando para partir de Santa Catarina de Ribamar de Lisboa,

particularmente, que por acerto encontrei aqui em Moçambique no ano de mil quinhentos e cinquenta e quatro".	vínhamos, de estar prestes de todo o necessário à nossa viagem (...)".	uma noite (...) cortaram os muitos ratos (...) uma amarra (...) e estivemos muito perto de dar à costa".

Um outro aspecto interessante do dispositivo introdutório da *Relação da Perda do Galeão São João* é a referência à fonte da história, de acordo com as regras mais comuns de citação do jornalismo contemporâneo: é referido o nome e a qualidade da fonte, bem como o local onde fonte e "jornalista" negociaram a história e quando isso aconteceu (Moçambique, 1554), o que ajuda a credibilizar o relato. O autor da *Relação* pode ter-se, paradoxalmente, perdido no anonimato, como acontece com muitos jornalistas, mas não a fonte da "notícia" (Álvaro Fernandes, guardião do galeão).

3.4.2 *Narratio* e *conclusio*

Na narrativa (*narratio*), parte mais extensa das três obras, são contadas as histórias dos naufrágios, suas causas e consequências.

A estrutura da narrativa das relações aqui estudadas é similar ao de outras relações de naufrágios da mesma época, que evocam, por sua vez, a própria estrutura narrativa de alguma literatura medieval (Lanciani, 1979), podendo dividir-se nos seguintes segmentos narrativos: 1) Antecedentes e partida; 2) Tempestade; 3) Naufrágio e Arribação; 4) Peregrinação (onde se foca a maior parte dos relatos); 5) Retorno e salvação (de alguns). É de salientar, no entanto, que a estrutura apresenta alguma elasticidade, sendo possível, por exemplo, apercebermo-nos somente das causas do desastre, que deveriam, pela lógica, ser descritas nos antecedentes, já durante a narração da tempestade, como acontece na *Relação da Perda do Galeão São João*, em que o autor só se refere às velas deploráveis com que a nau tinha sido equipada já durante a narração do temporal.

Após a parte inicial, a organização cronológica das três narrativas empresta uma sensação de ordem aos textos, sendo, por isso, uma das modalidades estruturais que se mantêm na reportagem jornalística (Fernández Parrat, 2001).

3.4.2.1 Antecedentes e partida

A parte inicial das três narrativas é reservada à apresentação do contexto da viagem, à introdução das principais personagens, à descrição da carga da nau, à antecipação analítica de algumas das causas do posterior naufrágio (São João e São Bento), à antecipação do naufrágio (São Bento), à descrição de acontecimentos que profetizam desgraças futuras (São Paulo) ou mesmo à apresentação dos propósitos do autor, que se inclui entre os viajantes, sendo, portanto, testemunha directa dos acontecimentos (São Bento e São Paulo), como podemos observar comparativamente no quadro 12.

É de realçar que enquanto as naus São João e São Bento naufragam, carregadas de mercadorias, no trajecto da Índia para Portugal, a nau São Paulo naufraga na viagem de Portugal para a Índia (neste caso após um desvio involuntário pelo Brasil − Salvador). A São Paulo, aliás, foi a única das naus partidas de Lisboa a chegar à Índia, graças, como revela o autor, aos conhecimentos do capitão, que escolhe a única rota praticável tendo em conta a estação do ano e o estado do mar

Quadro 12

Antecedentes e partida nas três relações

São João	São Bento	São Paulo
"Partiu neste galeão Manuel de Sousa, que Deus perdoe, para fazer esta desventurada viagem, de	"Havendo por seu serviço o muito católico e excelente Príncipe El-Rei D. João o III, nosso senhor, que Deus tem em glória, mandar no ano de 1553 uma armada de cinco naus à Índia, despachou os capitães que nelas haviam de ir, que eram D. Manuel de Menezes, na nau Santo António [etc.] (...) e por capitão mor de toda esta Armada a Fernão d'Álvares Cabral, fidalgo de muita	"estando para partir de (...) Lisboa, uma noite, com um vento rijo atravessado, cortaram os muitos ratos

Cochim, a três de Fevereiro do ano de cinquenta e dois. E partiu tão tarde por ir carregar a Coulão (...) e ainda que a nau levasse pouca pimenta, nem por isso deixou de ir muito carregada de outras mercadorias, no que se havia de ter muito cuidado pelo grande risco que correm as naus muito carregadas."	estimação neste Reino, o qual ia na nau São Bento, de Sua Alteza, que era a maior e melhor que então havia na carreira [da Índia], e levava por piloto Diogo Garcia, o Castelhano, por mestre António Ledo, e por contramestre Francisco Pires, todos homens muito estimados em seus cargos. Aparelhados assim (...), partiram do porto de Lisboa, em domingo de Ramos, 24 de Março (...) e Fernão d'Álvares (...) só entre todos da sua Armada passou aquele ano à Índia, e foi surgir na entrada do mês de Fevereiro à barra da cidade de Goa (...) até que veio o tempo de partirem para a cidade de Cochim as naus que haviam de trazer a carga do ano de 1554 (...) e mais a nau São Bento de Fernão d'Álvares, a qual fazia tanta vantagem a todas as outras em grandeza, fortaleza e bondade, que daqui se veio a principiar a maior parte da desventura que depois sucedeu, porque por estas suspeitas carregavam tanto as partes e fazendas sobre ela, que os oficiais a quem a emenda disto cumpria se não sabiam dar a conselho; e contudo dada a esta desordem a melhor ordem (...) e aparelhadas as dias naus (...) partiram para este reino (...); e Fernão d'Álvares Cabral varou em terra na boca do Rio do Infante, junto ao Cabo da Boa Esperança, de cuja viagem, naufrágio, desterro e fim (...) direi (...)".	que havia naquele fundo, à nau, uma amarra de duas que ao mar tinha, e estivemos muito perto de dar à costa (...) e nos foi necessário pedir ajuda e socorro (...) e (...) nos acudiram de Belém (...) e andaram toda a noite em nos amarrar e deixar quietos fora de perigo (...) e não se fazer [a nau], à porta tanto de casa, em pedaços."
	"Acabando Fernão d'Álvares e os que com ele vínhamos de estar prestes de tudo o necessário à nossa viagem, desamarrámos da barra de Cochim para este reino uma quinta-feira, primeiro dia de Fevereiro do ano de 1554".	"Partimos de Belém a vinte de Abril de 1560, um sábado pela manhã, véspera de Pascoela. E deitámo-nos de mar em fora, (...) seis naus, em que vinha por capitão D. Jorge de Sousa. Era esta nau feita na Índia, rija e muito forte (...) singular em popa e fugia ao mar; mas, por ser pesada, algum tanto má de bolina, e de duro e áspero governo. Partimos tão tarde, por não nos darem lugar os ventos contrários ao sair da barra, havendo perto de um mês que estávamos prestes, que foi em parte a principal causa da nossa ruim viagem e da nossa perdição."
	"além de vir por baixo das cobertas toda maciça com fazendas, trazia no convés setenta e duas caixas de marca e cinco pipas de água a cavalete, (...) tanta multidão de caixões e fardagem que a altura destas cousas igualava o convés com os castelos e chapitéu".	

É de sublinhar que, logo na introdução da *Relação da Perda do Galeão São João*, o autor demonstra uma muito contemporânea vontade analítica. Como podemos observar no quadro 12, o autor relembra, por um lado, que a nau partiu tarde demais para poder beneficiar do bom tempo de Verão na dobragem do Cabo da Boa Esperança, algo que deveria ser do conhecimento comum da

época; por outro lado, o autor esclarece que o navio ia muito carregado. Omnipresentes estão as concepções culturais da época, particularmente evidentes no enquadramento religioso do relato: "Manuel de Sousa, *que Deus perdoe* (...)". E o perdão de Deus é necessário, intui-se das palavras do autor, porque foi a cupidez de Manuel de Sousa, que quis trazer mais mercadorias do que podia e fazer a viagem para Lisboa a qualquer custo, fora das datas aconselháveis, que provocou o fatídico desenlace.

Uma vez que a nau São Paulo foi forçada a arribar ao Brasil antes de prosseguir viagem para a Índia, o autor da relação, Henrique Dias, aproveitou para narrar minuciosamente como correu a viagem, por vezes dramatizando a acção com episódios seleccionados. Há várias passagens interessantes sobre a vida a bordo de uma nau. Por exemplo, no Golfo da Guiné, enfrentando calor e chuva torrencial, muitos na nau adoecem, ironicamente sem distinção de sexo ou classe social. O autor também refere os bárbaros tratamentos disponíveis na altura: sangrias. Por isso quem mais sobrevivia às doenças naquele tempo eram os mais pobres, que não tinham dinheiro para pagar a um médico, que em vez de tratar acelerava a morte: "(...)homens do mar, cursados e antiquíssimos nesta carreira, como os mais, fidalgos, soldados, mulheres e meninos (...) [eram] juntos trezentos e cinquenta doentes e dias havia que se davam setenta e oitenta sangrias; e sangravam, por meu mandato, o barbeiro da nau, o piloto e sota-piloto e um grumete que o fazia muito bem; e deram-se por todas mil cento e trinta e tantas sangrias. E aconteceu dar o mestre ao apito e acudirem só um marinheiro e dois grumetes, sem haver aí mais nenhum são, de mais de cem homens do mar que nesta nau iam para a marear. (...) [E] foram curados com todas as sangrias, cristéis comuns e de meijoada, com muitos linimentos e esfregações, gargarejos e pitiniar e defensivos, xaropados e purgados".

3.4.2.2 Tempestade

O segundo momento crucial e intensificador da acção é a tempestade, que ocorre depois de uma navegação, que tanto podia ser tranquila, *não-notícia* (São João), como temperada com alguns sustos (São Bento e São Paulo). O quadro 13 evidencia-nos as semelhanças entre os tipos de relato das tempestades nas três relações.

Quadro 13

Tempestades nas três relações

<table>
<tr><th>São João</th><th>São Bento</th><th>São Paulo</th></tr>
<tr><td>“(...) o capitão chamou o mestre e piloto e lhes perguntou que deviam fazer com aquele tempo (...) e todos responderam que era bom conselho arribar. As razões que davam (...) foram que a nau era muito grande e muito comprida e ia muito carregada (...) e não traziam já outras velas senão as que traziam nas vergas (...) e estas eram rotas, que se não fiavam nelas”</td><td>“uma onda (...) que de muito longe vinha levantada por cima das outras em demasiada altura (...) chegou (...) que por a nau estar morta, sem lhe podermos fugir, nos alcançou pela quadra de estibordo, e foi o ímpeto e o peso dela tamanho que quase nos sossobrou daquele primeiro golpe, e com o pendor que a nau fez, deitou ao mar muitas caixas e fato do que vinha no convés, e juntamente o carpinteiro e outras pessoas, que nunca mais apareceram (...). E por este mar veio outro que, conquanto não foi tamanho como o primeiro, achou a nau tão adornada que quase a acabou de meter debaixo de água (...), quase vencida dos mares.”</td><td>“Este dia nos deu um mar (...) [que] levou pelo ar sete ou oito caixas que estavam por cima do bordo por onde deu, que foram cair pela escotilha grande, que acertou estar aberta, quebradas e em pedaços, e feriram muitos na primeira coberta, assim arrombou as mais das câmaras da outra banda, com a muita fúria com que entrou e deu ainda em baixo”</td></tr>
<tr><td>“tanto tempo punham em (...) remendar [velas], como em navegar. E uma das coisas por que não tinham dobrado o Cabo (...) foi pelo tempo que gastavam em as amainar para coserem”</td><td rowspan="2">“nos acabavam de desenganar de todo, porque até então não cuidávamos que o mal era tanto, dizendo-nos que a coisa era acabada, porque assim entrava o mar pelo costado da nau como poderia entrar por uma canastra, e que tudo por baixo estava aberto e alagado, portanto cada um que se encarregasse de encomendar a Deus (...). A nau tinha já duas cobertas de água, o que nos meteu então em confusão, e começaram alguns a dizer que era para aguardar mais (...), outros eram de outro parecer (...) [mas] assentaram todos que varando de noite nenhuma esperança podíamos ter de nos salvar”.</td><td rowspan="2">“tornando a cair o mesmo vento Oeste que bem podíamos dizer e afirmar que, se nos deu salvação e vida no Cabo da Boa Esperança, aqui nos voltou a tirá-la, pois nos destruiu e matou a todos, uns acabando logo e fugindo de trabalhos desta vida, outros morrendo por mil maneiras de cruezas, e os mais estilados consumidos com inescrutáveis e incredíveis trabalhos e experimentando todas as misérias humanas (...), multiplicando-se o vento ao raiar do dia com suas contínuas trovoadas que nunca cessaram e chuveiros imensos, e o vento de relegas súbito e muito furioso”.</td></tr>
<tr><td>“(...) e eram os ventos tais que, se um dia ventava Levante, outro se levantava Poente. E sendo já em 1 de Março, eram Nordeste-Sudoeste com o Cabo da Boa Esperança, vinte e cinco léguas ao mar, ali lhe deu o vento Oeste e Oeste-Noroeste, com muitos fuzis (...) e ficou o mar tão grande, e trabalhou tanto a nau, que perdeu três machos do leme, em que está toda a perdição ou salvação de uma nau (...).] [E] por o leme ser podre, um mar que então deu lho quebrou pelo meio (...), [ficando a nau] sem leme, sem mastro, sem velas”.</td></tr>
<tr><td>“se encomendaram a Deus”</td><td>“cada um começou a ter com a sua consciência, confessando-se sumariamente a alguns clérigos que aí iam. A este tempo andavam com um retábulo e crucifixo nas mãos, consolando nossa angústia (...). Isto acabado, pedíamos perdão uns aos</td><td>“pedindo cada um perdão ao outro e fazendo-se geralmente todos amigos (...), começaram a salvar da parte de Deus, Nossa Senhora e seus Santos”</td></tr>
</table>

	outros, despedindo-se cada um dos seus parentes e amigos (com tanta lástima como quem esperava serem aquelas as derradeiras palavras que teriam neste mundo)"	

As tempestades rompem a bonança. Há ventos contrários e mares alterosos. As naus revelam-se mal preparadas para enfrentar as tempestades, seja por falta de bom equipamento, seja por excesso de carga, seja ainda por deficiências estruturais e de construção. Por isso, rumam a terra e, na fase seguinte do relato, acabarão por encalhar na costa. Durante a tempestade, às vezes, todos procuram ajudar, por exemplo, dando às bombas (São Bento). Outras vezes, como o perigo aguça o engenho, tentam encontrar soluções para os problemas. O autor da *Relação da Perda do Galeão São João*, por exemplo, narra que a tripulação tentou fazer velas a partir das fazendas que levavam como mercadoria e que tentou também fazer um novo leme, mas sem sucesso. O desespero atinge todos, todos consome, e é nessa altura que os homens se encomendam a Deus e fazem as pazes.

3.4.2.3 Naufrágio e arribação

Nesta fase do relato, as naus, trazidas propositadamente para perto da costa, acabam por encalhar (por vezes, o autor localiza rigorosamente o local e o dia). Os náufragos começam a reorganizar-se. O quadro comparativo 14 permite-nos, mais uma vez, observar as semelhanças discursivas entre as três relações.

Quadro 14

Naufrágio e arribação nas três relações

São João	São Bento	São Paulo
"(...) era bom conselho deixarem-se ir assim até serem em dez braças, e como achassem o dito fundo surgissem para lançar o batel fora para sua desembarcação (...)".	"Mas como o tempo não era para de muitas escolhas (...) endireitámos com a terra que mais perto vimos, a qual era uma grande praia de areia, em altura de 32 graus e um terço, que estava na boca do rio do Infante (...). [A] nau deu a primeira pancada e em tocando foi logo partida pelo meio	"de madrugada surgimos com uma amarra sobre terra (...) multiplicando-se o vento (...) com suas contínuas trovoadas (...) e chuveiros imensos, e o vento de relegas súbito e muito furioso, com que nos foi necessário deitar outra amarra (...) e em a deitando trincou logo, por ser todo o fundo de coral, que cortava como

	(...) ficando tudo arrasado de água e aparecendo somente os castelos (...) e nos iam as ondas botando à terra"	uma navalha. (...) acabámos de dar no ilhéu, que era de rochedo (...) em que a nau deu três pancadas... E assim caiu e se encostou e ficou sentada no fundo"
"E vendo Manuel de Sousa como o galeão se lhe ia ao fundo sem nenhum remédio, chamou ao mestre e piloto e disse-lhes que a primeira coisa que fizessem fosse pô-lo em terra com sua mulher e filhos, com vinte homens que estivessem em sua guarda (...)."	A este tempo andava o mar todo coalhado de caixas, lanças, pipas e outras diversidades de coisas, que a desventurada hora do naufrágio faz aparecer; e andando tudo assim baralhado com a gente, de que a maior parte ia nadando à terra, era coisa medonha de se ver, em em todo o tempo lastimosa de contar, a carniçaria que a fúria do mar em cada um fazia e os diversos géneros de tormentos com que geralmente tratava a todos, porque em cada parte se viam uns que não podendo mais nadar, andavam dando grandes e trabalhosos arrancos com a muita água que bebiam, outros, a que as forças ainda abrangiam menos, que encomendando-se a Deus nas vontades se deixavam a derradeira vez cair ao fundo; outros a que as caixas matavam, entre si entalados, ou deixando-os atordoados, as ondas os acabavam, marrando com eles nos penedos; outros a que as lanças, ou pedaços da nau, que andavam a nado, os despedaçavam por diversas partes com os pregos que traziam, de modo que a água andava (...) manchada de uma cor tão vermelha como o próprio sangue (...)"	"O capitão a bordo, com uma espada nua defendendo o esquife, que não entrasse ninguém nele até as mulheres todas, que seriam com algumas crianças trinta e três, e os meninos fossem em terra postos."
"[na nau ficaram] quinhentas pessoas (...), duzentos portugueses e os demais escravos (...). A gente que estava na nau se lançou sobre a caixaria e madeira à terra. Morreram, em se lançando, mais de quarenta portugueses e setenta escravos; a mais gente veio à terra por cima do mar, e alguns por baixo, como a Nosso Senhor aprouve, e muita dela ferida dos pregos e madeira (...). O capitão (…) andava na praia esforçando os homens e dando a mão aos que podia os levava ao fogo que tinha feito, porque o frio era grande".		"Por esta parte, em baixa mar, se podia passar a (...) terra, com água pelos peitos (...), coisa muito perigosa, pela braveza e fúria com que quebravam (...) as ondas (...), as quais tomando as pessoas descuidadas davam com elas nos abismos (...). Assim, em a nau dando, indo-se virando para a banda do mar (...), cuidando alguma gente do mar em que se virava de todo e soçobrava (...) se deitaram ao mar (...), o que vendo, a outra gente se começou a deitar também, em os quais o mar e sua fúria e os ventos tomaram vingança de seus pecados, pois (...) confiados no nadar se cometeram aos cruéis mares (...) e assim os matou sua confiança, porque morreram logo dos primeiros, afogados e feitos nos rochedos em pedaços, doze ou treze, e outros encapelados do mar, com que iam dar por esses recifes feridos e inchados (...) do que depois morreram alguns."
"Assentaram que deviam estar naquela praia (...) alguns dias, pois ali tinham água, até convalescerem os doentes. Então fizeram suas tranqueiras de algumas arcas e pipas, e estiveram ali doze dias."	"deitámo-nos a enxugar por aquela praia (...), mas quando arrefeceu recolhemos a um mato perto por onde corria um ribeiro de água com que lavámos as bocas do sal e satisfizemos a sede. [Ao amanhecer estava a praia juncada de coisas preciosas] jazendo muitas delas ao redor dos seus donos, a quem não somente não puderam valer na presente necessidade, (...) sobejamente amadas na vida, com seu peso foram a causa da morte. (...) Tornámos ao local onde (...) dormimos, para fazer um abrigo em que nos recolhêssemos nos dias em que ali houvéssemos de estar. Pelo quem pondo cada um mãos à obra, em poucas horas se pudera ver um luxuoso alojamento feito de alcatifas riquíssimas e de muitas outras peças de ouro e seda (...). Isto acabado, pareceu bem ao capitão mandar descobrir aquela terra".	"Logo nesta noite, sendo a maior parte dela gasta, ajuntando-se o capitão, o mestre e o piloto com algumas pessoas principais de muita prudência e conselho, para se entender o que se podia e devia fazer para bem de todos (...). O que tudo acabado, jurou o capitão (...) não partir daquela ilha (...) sem o mais pequeno da sua companhia. (...) Isto acabado e quieto, chegou logo o capitão a um Álvaro Freire (...) que fosse à nau (...) buscar e tirar mantimentos, munições e aparelhos e tudo o mais necessário para nosso remédio e sustentamento (...) Proveu-se logo também em ir o mestre e piloto com algumas poucas pessoas a correr a ilha toda ao redor".

Durante o naufrágio, os comportamentos divergem. O capitão da S. Paulo teve comportamento exemplar no naufrágio, ao defender o barco que haveria de levar as crianças e as mulheres a terra em primeiro lugar, bem longe do impulsivo Manuel de Sousa, por exemplo, que quis primeiro colocar-se a si mesmo, e aos seus, em segurança, esquecendo a cavalheiresca regra das mulheres e crianças primeiro. Essa situação, aliás, parece merecer a concordância geral, incluindo do autor da *Relação*, indiciando a hierarquização social da sociedade portuguesa da época. Manuel de Sousa, a mulher, os seus filhos e os "guarda-costas" foram, assim, os primeiros a chegar a terra.

O relato dos pormenores mais intensos e horríveis da acção é feito com alguma contenção na *Relação da Perda do Galeão São João*, mas nas outras duas relações isso já não acontece, sendo mais explorado o poder visual da narrativa, que permite ao leitor reconstruir mentalmente o naufrágio. Os autores, como qualquer jornalista contemporâneo, prestam atenção aos pormenores susceptíveis de emocionar o leitor (todo o jornalismo, como diz o professor luso-brasileiro Manuel Carlos Chaparro, tem que ter algum sensacionalismo à mistura, para cativar o leitor). Neste contexto, não passa despercebida a observação irónica de Manuel Mesquita Perestrelo sobre o amor excessivo aos bens materiais, que contribuiu para a morte de vários náufragos por afogamento.

Em terra, as pessoas começaram a organizar-se para assegurarem a sua sobrevivência e o regresso à civilização.

3.4.2.4 Peregrinação

Grande parte das *Relações* é tecida à volta da parte que se optou por designar "peregrinação", ou seja, a viagem de volta à "civilização". Metaforicamente, funciona como o sacrifício que conduz à expiação do pecado, como a jornada que conduz à salvação, pois os náufragos vêem-se a si mesmos como pecadores e é assim também que são vistos pelos autores das relações, que em dois dos casos (São Bento e São Paulo) estavam entre eles.

A peregrinação, que evoca um *mundo duro, selvagem, primordial*, inicia-se sempre após alguns dias de recobro e traz ao de cima aquilo que de melhor e pior cada homem tem. Durante o trajecto, ocorrem múltiplos episódios de entreajuda. Mas também surgem episódios de desavenças, traições e mesmo de exploração privada da situação. É o que acontece quando alguns dos náufragos, achando algo de comer, não hesitam em vendê-lo a preços exploratórios, e mesmo assim encontram clientes entre os restantes náufragos esfomeados. Ironicamente, de pouco lhes serve, a uns e a outros, pois são sempre poucos aqueles que se salvam.

Durante a extenuante jornada, que se prolonga por centenas de léguas e vários meses, pessoas e bens são constantemente ameaçados pelos elementos, pela fome, pela sede, pelas doenças, pelas feras e pelos nativos, que travam várias escaramuças com os náufragos. Bastantes morrem, enquanto outros, como se disse, se aproveitam cobiçosamente da situação, por vezes com pouco sentido da realidade.

O espaço dedicado à "peregrinação" evoca a literatura de viagens. É notória a vontade de falar do diferente e do exótico, de desvelar o desconhecido, de descrever os espaços percorridos, de dar ao leitor espaço para exercitar a sua imaginação. À medida que os náufragos exploram e desbravam novos territórios, relatam-se os encontros, recontros e desencontros entre nativos e portugueses; relembra-se a dificuldade de dialogar por causa da incompreensão linguística; fala-se dos estranhos animais que se observam, das paisagens exóticas que se atravessam, das gentes diferentes com quem os portugueses contactam, do fascínio repulsivo provocado pelos canibais (na *Relação da São Paulo*, diz-se que os malaios raptam e comem alguns portugueses, mas na *Relação da Nau São Bento* dá-se conta, paradoxalmente, que a fome também levou alguns portugueses ao canibalismo). Afinal, ontem como hoje noticiar é essencialmente *apresentar o novo* ou, pelo menos, *vestir o velho com novas roupagens*, reforçando o conhecimento comum. O jornalismo é uma historiografia permanente da humanidade, um *curriculum* da humanidade, em que determinadas coisas parecem estar sempre a repetir-se, no que têm de diferente e igual: é a ideia de que há novidade sem mudança, como muito bem identificou Phillips (1976).

Pelo meio das jornadas de peregrinação, relatam-se encontros dos náufragos com sobreviventes de naufrágios anteriores (São Bento, São Paulo), à semelhança do que acontecia com os encontros com os eremitas em alguma literatura medieval. Os antigos náufragos fazem as vezes de intérpretes para os novos (como acontece no relato do naufrágio da nau S. Bento) e auxiliam-nos, como faziam os eremitas aos heróis das narrativas medievais. As fórmulas de determinados géneros narrativos ecoam e repercutem-se em géneros narrativos da mesma época ou posteriores.

As jornadas de peregrinação são também os trechos narrativos em que mais se evoca o que aconteceu noutros naufrágios. Por um lado, cada novo naufrágio é visto como a replicação de naufrágios precedentes, apenas um novo capítulo de uma história interminável. Por outro lado, o conhecimento de naufrágios anteriores é constantemente relembrado para que os novos náufragos não cometam os mesmos erros dos náufragos anteriores.

O cariz de peregrinação da jornada é reforçado pela configuração da marcha como procissão, encabeçada por uma insígnia religiosa, *identitária* (São João: "uma bandeira com um crucifixo"; S. Bento: "um crucifixo arvorado numa lança e uma bandeira benta"; S. Paulo: "a bandeira das relíquias"). Mas a ordem de marcha também é, preventivamente, configurada como militar, com vanguarda e retaguarda armadas e mais fortes para proteger os doentes, mulheres e crianças do meio.

A marcha dos náufragos é forçada e perigosa, mas também subverte as hierarquias sociais, pois é *igualitária*. A marcha provoca a todos fome, sede, doenças, fatiga física e mental, sem respeitar posição social, riqueza, sexo ou idade. Todos, nobres e escravos, pobres e ricos, homens, mulheres e crianças, são afectados pelas enormes dificuldades da jornada, agravadas pelas lutas constantes com os nativos. A morte paira constantemente sobre os náufragos. Alguns dos que tombam são deixados para trás, com maior ou menor emoção. O êxito das relações também se explica pelo interesse que havia e há em ver como se comportam os grandes famosos perante as mais extremas dificuldades da vida...

No quadro 15, inserem-se alguns excertos ilustrativos dos trechos que denominámos "peregrinações" nas três relações de naufrágios estudadas, sendo de realçar a grande semelhança estrutural dos relatos.

Quadro 15

A peregrinação nas três relações

São João	São Bento	São Paulo
"começaram a caminhar com esta ordem que se segue: a saber, Manuel de Sousa com sua mulher e filhos com oitenta portugueses e com escravos; e André Vaz, o piloto, na sua companhia com uma bandeira com um crucifixo erguido caminhava na vanguarda; e D. Leonor, sua mulher, levavam-na escravos em um andor. Logo atrás vinha o mestre do galeão com a gente do mar e com as escravas. Na retaguarda caminhava Pantaleão de Sá com o resto dos portugueses e escravos (…)"	"ao outro dia, que eram 27 de Abril, em amanhecendo, fomos ter à estância do capitão, que já nos estava esperando e, contando-nos ali, achámos serem 322 pessoas, a saber: 224 escravos e 98 portugueses (...) com a qual companhia o capitão abalou (...) deixando o alojamento (...). Pelo que, postos em ordem, levando um crucifixo arvorado numa lança e uma bandeira benta na dianteira (...) [em que iam] os homens do mar (...) e um retábulo da Piedade na retaguarda, em que ia o capitão com os passageiros, e os escravos, desarmados, no meio, que levavam entre si os feridos (...) nos metemos em fio, um atrás do outro (...)"	"(...) feita a contagem, se acharam 330 almas (...). Estando já a nossa embarcação grande para se poder deitar ao mar, mandou o capitão chamar toda a gente (...). Estando tudo prestes, a embarcação grande, o esquife e a galveta, a 20 de Março (...) partiram do arraial (...) Antes de todos serem dentro, ficando ainda algumas pessoas em terra, o navio grande não regia, com a muita gente que nele estava e não cabia (...) [pelo que] o mestre e o calafate (...) disseram (...) que muito melhor era ir por terra e morrer nela (...) e o capitão [disse] (...) que ele também iria (...), [mas] se recolheu ao navio (...) [e zarpou] bem tarde da noite (...). E em rompendo a alva acudiu toda a gente à praia (...) e o capitão, do navio onde estava, lhes disse de largo que era necessário irem por terra 150 deles (...) e que os havia de esperar (...) deixando em terra meninos e doentes (...). Passados (...) pelo vau (...) começámos o nosso caminho com o crucifixo diante (...) nesta ordenança: ia diante o alferes com a bandeira das Relíquias, com 50 homens dos mais esforçados e sãos, com uma espingarda e alguns piques e dardos (...). Após estes (...), iam os padres com o crucifixo, e 20 homens com eles, com outra espingarda, e levavam entre si todos os meninos e doentes (...) e detrás ia o capitão com o guião e toda a mais gente. E para se buscar de comer, iam (...) 50 homens mariscando pelas praias (...)."
"ora se metiam no sertão a buscar de comer e a passar rios e se tornavam ao longo do mar subindo serras muito altas, e descendo outras de grandessíssimo perigo".	"grandes serras, que pelo sertão dentro apareciam (...). [O] rio (...) vai de ambas as arribas cercado de rochas talhadas a pique".	"Esta ilha de Samatra [tem] (...) trezentas léguas de comprido e oitenta até noventa no mais largo (...). Desta parte onde nos perdemos, é esta ilha rasa e de costa brava (...), de mato muito medonho, e de muito espesso arvoredo, que promete haver aí pela terra muitos bichos peçonhentos e criar muitos animais espantosos. (...) Há em toda a ilha muitos reis, e assaz poderosos (...).

		Há nela todas as riquezas que os mortais ânimos cobiçam e desejam, muita cópia de ouro muito fino (...). Tem muita pimenta (...), muito gengibre e pau de águila e calamba (...). Há uns (...) que comem carne humana (...). Todos os outros moradores da ilha são homens muito polidos e bem tratados, e e muito boa razão.”
“Era tanto o trabalho assim na vigia como da fome e caminho, que cada dia desfalecia mais a gente, e não havia dia que não ficasse uma ou duas pessoas por essas praias e pelos matos, por não poderem caminhar; e logo eram comidos dos tigres e serpentes (...). E além disto passavam grandes fomes, e davam muito dinheiro por qualquer peixe que se achava na praia ou por qualquer animal do monte (...). Havia já muitos dias que se não mantinham senão de frutas que acaso achavam e de ossos torrados. E aconteceu muitas vezes vender-se no arraial uma pele de cobra por quinze cruzados: e ainda que fosse seca, a lançavam na água e assim comiam. (…) Aconteceu muitas vezes (…) vender-se um púcaro de água de um quartilho por dez cruzados; e em um caldeirão (…) se fazia cem cruzados”.	“vimos da banda de além [do rio] sair uma alimária maior do que um cavalo de baixo de certas lapas e de cor negra (...) a qual das partes que mostrava fora de água, que foram cabeça e pescoço e parte do lombo, nenhuma diferença tinha de camelo; e se assim há marinho, certo que este o era”.	“””encontraram os que iam diante dois lagartos. Um deles tanto que ouviu o rumor da gente, se meteu pelo mato (...) e o outro se tornava para o mar, tão grande e façanhoso que, parece fábula dizê-lo, teria mais de cinco varas de comprido, e tão grosso como um tonel, coberto por cima de umas conchas verdes, com uns vieiros pretos em parte muito bem pintados”.
	“entre eles [nativos] vinha um moço de Bengala, que ficara de outra perdição, o qual sendo por nós conhecido, logo foi arrebatado, e com grandes abraços e alvoroço, levado ao capitão (...) assim (...) soubemos ser aquela terra muito povoada. (...) [E] um moço chamado Gaspar, que ficara da destruição de Manuel de Sousa (...) sabendo de nossa ida, veio ali esperar, desejoso de tornar-se a terra de cristãos [e que mais tarde haveria de trair e explorar cobiçosamente os náufragos].”	“Sustentava-se a gente (...) com algum queijo, azeitonas e vinho que o mar lançava fora, e algum marisco, e tremoços por curtir, e caranguejos da terra (...). Coziam também ervas com azeitonas, que lhes tirava muita parte de sua malícia e venenosidade((...). E enquanto houve estas coisas foi grande alívio à fome (...). Já neste tempo a terra ia dando mostras de si, porque nos começou a morrer gente (...).”
	“cresceu tanto a necessidade (...), que nos constrangeu a comer os sapatos (...); o que alcançava achar algum osso de alimária, que já de velho estava tão branco como a neve, que comia feito em carvão (...), chegavam a terem paixões parentes com parentes, amigos com amigos, sobre um gafanhoto, besouro ou lagartixa”	
“só um filho bastardo de Manuel de Sousa, de dez ou onze anos, que vindo já muito fraco da fome, ele e um escravo que o trazia às costas deixaram-se ficar atrás (…) e (…) o perdeu assim (…). E assim se poderá ver quantos trabalhos foram os deste fidalgo antes da sua morte (...) e não havia dia que não ficasse uma ou duas pessoas por essas praias e pelos matos, por não poderem caminhar; e logo eram comidos dos tigres e serpentes”.”	“tornámos a caminhar, (...) pela aldeia, na qual o tanoeiro e calafate da nau quiseram ficar, por não poderem (um de velho, outro de ferido) aturar mais a companhia. (...) Neste caminho, o licenciado Cristóvão Fernandes, que na Índia fora chanceler e provedor-mor dos defuntos, não podendo, por sua velhice, suportar mais o trabalho (...), sentando-se sobre uma pedra, nos disse que até ali fizera o que pudera por viver, mas (...) suas forças a mais não abrangiam, nos fossemos embora, que ele havia de ali acabar, e que somente nos encomendava um filho seu, de idade de três anos, que para maior mágoa, sua fortuna ordenara que consigo o trouxesse, o	“Ao outro dia, rompendo a alva, começámos a caminhar sem ordem nem conserto, trabalhando cada um de chegar primeiro à enseada (...), à qual chegámos (...) tribulados e cansados pelo ruim caminho em que andámos, quase sempre com água pelos peitos, por recifes muito grandes e pedras tão agudas que levávamos os pés abertos com mil cutiladas que penetravam o vivo, a que não havia outro remédio senão embrulhar os vestidos neles, e com a dor nos esquecia buscar de comer (...) e deitavam pelo meio da calma, que nos assava vivos, por dobrar a ponta,

	qual, salvando-se milagrosamente da nau, ia ao colo de uma ama que o criava, sendo em tão tenra idade companheiro dos trabalhos e desterro de seu pai."	onde chegámos (...) bem fracos".
"tinham já pelejado algumas vezes, mas sempre os cafres levaram a pior, e em uma briga lhe mataram Diogo Mendes Dourado, que até à sua morte tinha pelejado muito bem como valente cavaleiro."	"chegámos a um descampado (...) [e os nativos] vendo quão poucos íamos, arremeteram a dois mancebos (...) e tomaram-lhes os alforges (...) e (...) começaram-se de chegar a nós mais afoitamente, ameaçando com a azagaia que nos matariam se lhes resistíssemos, e juntamente com isto nos tomaram o caminho para que não passássemos ao rio. E por não haver (...) mais de cinco homens que levássemos armas, ajuntando-nos tivemos com eles uma arriscada briga, a qual de uma hora que durou, foi por muitas vezes assaz duvidosa para cada uma das partes. Mas por fim nos fez Nosso Senhor mercê (...).".	"e já bem tarde viram uma vela grande no mar (...) que vinha surgir entre as mesmas ilhas (...) onde também parece queriam fazer aguada (...). E tanto que o capitão houve vista dela, fez equipar e fazer prestes ambos os batéis. (...) Partidos os nossos à boca da noite (...) chegaram às onze horas ao junco (...) e os negros estavam já postos em armas (...). E lançaram (...) setas, todas de peçonha, com que feriram muitos dos nossos (...). E os negros pelejavam como valentes homens, não tendo em conta nada (...). E da quarta vez foram abalroados e fizeram muita resistência à entrada dos nossos (...) que acabaram por vencer. E acharam-se cinco vivos debaixo da coberta (...). E pela mágoa que tinham dos companheiros que nos mataram (...) se lhes cortou a cabeça (...) e deu-se a vida a um que era seu piloto, que sabia a navegação desta costa e tínhamos dele necessidade".

Antes de se iniciar a peregrinação, os náufragos tendem a discordar sobre o que se há-de fazer. A narração desse estado de coisas prepara o leitor para o que se vai seguir, à semelhança do que acontecia desde os primórdios da literatura[48]. Os náufragos da nau São Bento, por exemplo, esgrimiram argumentos entre os que queriam fortificar-se no lugar do naufrágio, os que queriam seguir por terra para Sul e os que queriam fazer uma embarcação para levar uns quantos a Sofala, para que de lá enviassem uma nau para o resgate. Por isso, quando chega a hora de tomar uma decisão, fazem-se apelos à união e discursos, por vezes relembrando-se o sucedido em naufrágios anteriores. Já na *Relação da Perda do Galeão São João* é dada grande atenção ao discurso de unidade do capitão Manuel de Sousa aos náufragos. Esse discurso, ademais, revela o peso do Cristianismo na atribuição de sentido para o mundo e para a vida humana entre os portugueses de Quinhentos:

[48] São vários os exemplos na literatura antiga e medieval. No Antigo Testamento, por exemplo, revelam-se os discursos dos líderes e profetas judaicos antes das batalhas; noutro exemplo, na *Guerra das Gálias* Júlio César descreve os discursos que fazia às tropas antes de as lançar contra os gauleses e germanos.

> "Amigos e senhores: Bem vedes o estado a que por nossos pecados somos chegados (…); mas é Nosso Senhor tão piedoso, que ainda nos fez tamanha mercê, que nos não fossemos ao fundo naquela nau (…); prazerá a Ele que, pois foi servido de nos levar a terra de cristãos, os que nesta demanda acabarem com tantos trabalhos haverá por bem que seja para salvação de suas almas (…); e portanto vos ajuntei aqui para assentarmos que caminho havemos de tomar para remédio de nossa salvação (…). Uma mercê vos quero pedir, a qual é que me não desampareis nem deixeis (…) por causa de minha mulher e filhos. E assim todos juntos quererá Nosso Senhor pela sua misericórdia ajudar-nos."

Também na *Relação do Naufrágio da Nau São Paulo* se faz um discurso inicial, mas desta feita é do capelão e não do capitão. Tal como fez Manuel de Sousa, o discurso recorda o perigo das desavenças, apela à união dos cristãos, pede que todos aceitem por capitão a Rui Melo da Câmara, conforme vontade real, e termina com palavras que frisam a ideia de que ninguém ficará para trás: "eu vos juro (...) desta ilha me não partir nunca sem todos juntos.". A "peregrinação", no relato do naufrágio da nau São Paulo, é, porém, diferente das outras, pois os náufragos constroem embarcações para regressarem à "civilização". Todavia, traiçoeiramente, só alguns zarparam nos barcos, os outros tiveram de fazer parte do trajecto a pé e outros ainda, incluindo crianças incapazes de caminhar e doentes, foram abandonados. Contudo, mais à frente o grupo embarcado reencontrar-se-á com o grupo de terra (pelo menos com os que conseguiram caminhar) e, após tomarem uma nova embarcação a nativos malaios, os portugueses acabam por juntar-se novamente num único grupo.

Uma outra diferença separa a epopeia dos náufragos da nau São Paulo daquilo que aconteceu aos náufragos das naus São João e São Bento: os primeiros naufragaram num local densamente habitado e civilizado, onde reinavam soberanos ricos e onde os nativos estavam bem organizados e treinados nas artes militares. Por isso, os sobreviventes da nau São Paulo foram relativamente

poupados a uma longa marcha e às agruras da fome e da sede, mas em contrapartida tiveram de combater mais vezes, tendo muitos morrido nesses recontros. Não deixa de ser elucidativa a narração do principal combate, onde se dá atenção particular ao destino de uma dama nobre:

> "Uma madrugada, 17 de Abril, com muita chuva e maior trovoada, deram os mouros em nós, com grandes gritos. seriam bem dois mil homens e, achando-nos dormindo e bem descuidados, mataram muitos primeiro (...) e outros escaparam muito feridos, fugindo pela praia para as embarcações, e os outros se fizeram num corpo, fazendo-se prestes para pelejar. Seríamos trinta homens quando veio ter connosco um esquadrão de 500 negros (...) nos quais demos Santiago com só os dois piques e espadas (...) e os levámos pela praia cima. O nosso navio, esquife e galveta vinham pelo rio abaixo (...) bombardeando a praia e recolhendo a gente (...). E morreram dos nossos sessenta homens (...), e com eles ficou D. Francisca, que com seu marido dormia em terra (...), o qual, vindo diante dela com um montante, defendendo-se, foi cercado de muitos inimigos e morto, pelo que se suspeita que ela será viva, e com ela ficou um seu irmão, chamado António Rodrigues de Azevedo, e uma moça que vinha connosco do Brasil."

Apesar de tudo, os sobreviventes do naufrágio da nau São Paulo, uma vez a bordo das embarcações, conseguiram chegar ao porto de Banda, em Sunda, onde estava uma armada portuguesa, embora nem sequer soubessem exactamente onde estavam: "Ao cabo de muitos dias, com tormentas, trabalhos e desventuras numeráveis, a 27 de Abril viemos ter ao porto de Banda, em Sunda, sem saber onde estávamos (...) e passou tão perto de nós um parau, que nos ouviu falar português e conheceu logo que éramos os de que já sabiam e nos esperavam. Veio ao navio grande onde nos disse e mostrou que estávamos no porto defronte de Sunda, à vista das nossas naus". E com isto termina a "peregrinação" dos náufragos da nau São Paulo. Estavam salvos.

Durante a narração das viagens dos náufragos, os autores das relações prestam uma atenção particular aos comportamentos individuais e colectivos, às tragédias e ironias, num tom que tanto pode ser emotivo e dramático, como irónico ou mesmo raivoso. Por exemplo, o autor da *Relação do Naufrágio da Nau São Paulo* conta que quando os náufragos se preparavam para embarcar nas embarcações que tinham construído para saírem do local do naufrágio (ilha de Samatra), verificou-se que não cabia mais gente na embarcação "por quererem em uma embarcação tão pequena fazer câmaras e retretes para D. Francisca e a filha de António Pereira e outras mulheres". Nesse trecho da narrativa, o autor aproveita para criticar o facto de ocuparem com fazenda os lugares que poderiam ser ocupados pelos sobreviventes do naufrágio: "onde com este achaque se levava muita fazenda, e bem mal adquirida, com a qual se tinha mais conta que com a vida dos homens". Aliás, o autor sublinha que não escreveu isso praguejando para não prejudicar terceiros: "E por não praguejar, não direi acerca disto, pois o não posso fazer sem prejuízo de partes".

Na *Relação da Perda do Galeão São João*, o autor dá particular atenção ao drama do casal constituído por D. Leonor e D. Manuel, protagonistas da história, e à ironia da situação de D. Leonor, que talvez não se tenha salvo, e aos filhos, por vergonha da nudez. O autor começa por contar que durante a jornada os náufragos do galeão São João encontraram um rei africano que os acolheu e que lhes pediu para não continuarem caminho, pois encontrariam um outro rei que os roubaria. Os portugueses, para lhe agradecerem a hospitalidade, aceitaram combater contra um outro rei, inimigo do primeiro rei, e tomar-lhe o gado, mas decidem voltar a partir, desavisadamente, julgando não estar onde afinal já estavam: num dos cursos que forma o rio que procuravam: "e assentaram que deviam caminhar e buscar o rio de Lourenço Marques, e não sabiam que estavam nele (…) e sem embargo de verem ali uma gota vermelha, que era sinal de virem já ali portugueses, os cegou a sua fortuna, que não quiseram senão caminhar avante". Os portugueses continuaram, assim, a sua jornada, cheios de fome e sede, passando por vários encontros e recontros com os nativos. A mulher de Manuel de Sousa, D. Leonor, "era uma das que caminhavam a pé; e sendo uma mulher fidalga, delicada e moça, vinha por aqueles ásperos caminhos tão trabalhosos como

qualquer robusto homem do campo". Os náufragos encontraram, então, negros que os levaram ao seu rei, o tal contra quem o primeiro rei os tinha advertido. Esse segundo rei conseguiu separar o grupo, com o argumento de que era para melhor conseguir alimentar as pessoas, e convenceu os portugueses a separarem-se das espingardas, dizendo que ele e os seus tinham medo delas, contra os avisos de D. Leonor, citada directamente pelo autor: "Vós entregais as armas; agora me dou como perdida com toda esta gente". Estando os náufragos dispersos e desarmados, os nativos acabaram por, em duas ocasiões, roubar-lhes tudo, incluindo as roupas, apesar de D. Leonor se ter defendido corajosamente e ter sido apenas por intervenção do marido, temeroso de que os negros matassem ou ferissem a mulher, que ela acedeu a despir-se e ficar nua. Os náufragos voltam, assim, à condição primordial: nus, esfomeados, sedentos, perdidos. "Um dos grandes trabalhos que sentiam, era verem dois meninos pequenos seus filhos, diante de si chorando, pedindo de comer, sem lhes poderem valer". A situação acaba por transtornar todos e o desenlace fatal adivinha-se: "E vendo-se D. Leonor despida, lançou-se logo no chão e cobriu-se toda com os seus cabelos (…), fazendo uma cova na areia, onde se meteu até à cintura sem mais se erguer dali". Nesta altura da narrativa, o próprio autor emociona-se e pretende, igualmente, emocionar o leitor: "Em verdade, que não sei quem por isto passe sem grande lástima e tristeza. Ver uma mulher tão nobre, filha e mulher de fidalgos tão honrados, tão maltratada e com tão pouca cortesia."

D. Leonor é novamente citada, quando se dirige aos restantes portugueses: "Bem vedes como estamos e que já não podemos passar daqui e que havemos de acabar por nossos pecados; ide-vos (…) embora, fazei por vos salvar e encomendai-vos a Deus; e se fordes à Índia e a Portugal (…), dizei como deixaste a Manuel de Sousa e a mim com meus filhos". Diga-se que, citando D. Leonor, o autor acaba também por justificar a *Relação*, que se torna uma celebração da memória de duas personalidades de elite desaparecidas. Nos dias seguintes, efectivamente, morrerão, por ordem, um dos filhos de Manuel de Sousa, que este enterra na areia; e D. Leonor e o segundo filho. Sobre a reacção de Manuel de Sousa, o autor não tem certezas, daí que inicie a narração do que sucedeu com "dizem": "Dizem que ele não fez mais, quando a viu falecida, que apartar as escravas dali e

assentar-se perto dela, com o rosto posto sobre uma mão, por espaço de meia hora, sem chorar nem dizer coisa alguma; estando assim com os olhos postos nela, e no menino fez pouca conta." Posto isto, enterrou a mulher e o filho e internou-se no mato "e nunca mais o viram", pressupondo-se que teria sido "comido por tigres e leões". O autor remata a narrativa da "peregrinação" com a seguinte frase: "Assim acabaram sua vida mulher e marido, havendo seis meses que caminhavam por terras de cafres com tantos trabalhos".

3.4.2.5 Retorno e salvação

O retorno e salvação de alguns portugueses ocupam poucas páginas das relações.

No caso da *Relação da Perda do Galeão São João*, o autor conta-nos, brevemente, que um navio português que comerciava marfim, sabendo da existência de portugueses na zona, resgatou os sobreviventes, não mais do que duas dezenas entre as centenas que tinham iniciado a "peregrinação". Os sobreviventes, informa-nos também o autor, chegaram a Moçambique a 25 de Maio de 1553.

Os náufragos da nau São Bento também foram resgatados por um navio português que comerciava com os nativos, embora dois dos náufragos ainda tenham morrido no caminho. Conta o autor da relação que se salvaram vinte portugueses e três escravos das 322 pessoas que partiram do local onde a nau naufragou. No entanto, como o navio permaneceu alguns meses no local a comerciar, alguns nativos hostilizaram os portugueses, tendo mesmo roubado e espancado alguns comerciantes. Por isso, ainda há na relação espaço para a narração de uma luta final, pois os portugueses exerceram represálias sobre os nativos, atacando e queimando uma povoação durante a noite. De dizer também que a luta não representou o fim dos trabalhos por que passaram os náufragos da nau São Bento, pois durante a viagem para Moçambique, onde os sobreviventes

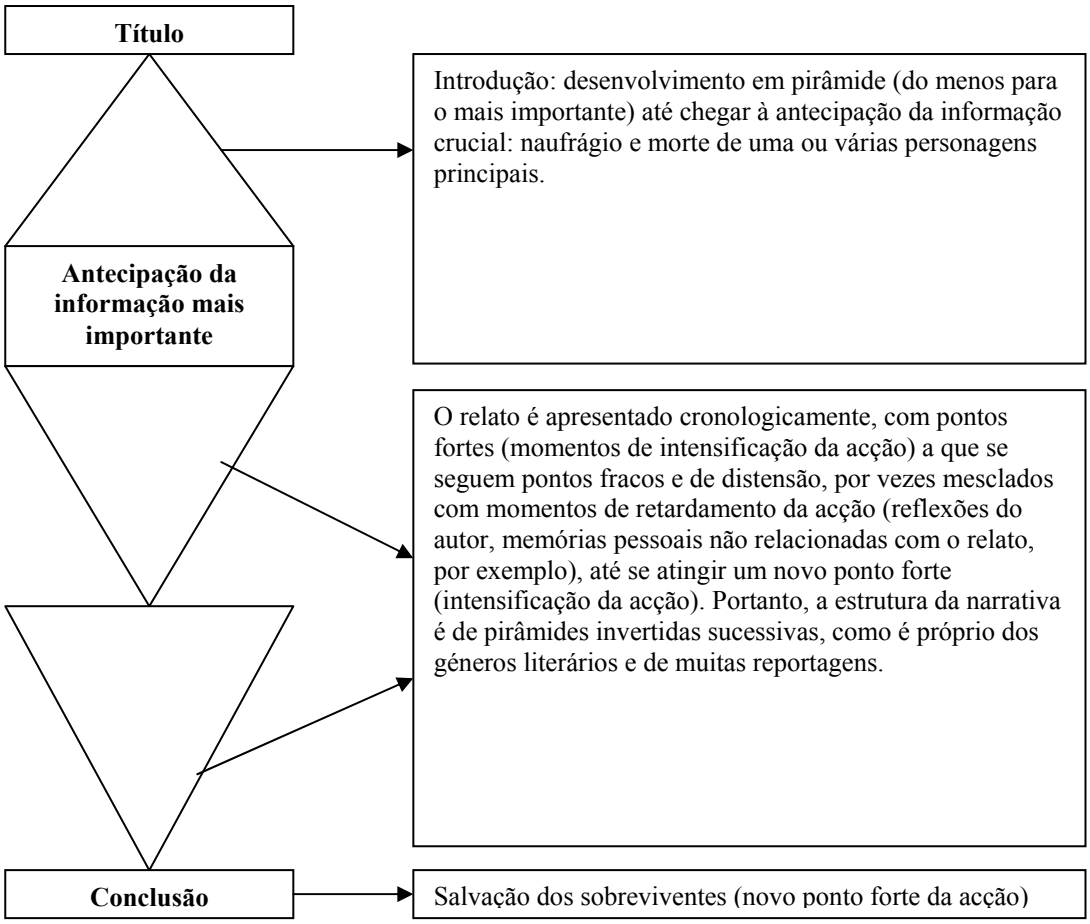
haveriam de chegar a 22 de Abril de 1555, o navio atravessou tempestades e esteve para encalhar num baixio, mas por fim chegou a bom porto.

Por sua vez, alguns náufragos da nau São Paulo, como se disse, conseguiram chegar a Sunda e Calapa, onde havia navios portugueses. A maioria deles convalesceu nesses locais, mas uma dezena de homens morreu "de comer muito, porque lhes não sofria o debilitado estômago o que neles lançaram". Os sobreviventes partiram, enfim, para Malaca, onde chegaram a 25 de Julho de 1561. Aí ainda morreram mais vinte portugueses, mas os outros, uma vez restabelecidos, ou embarcaram na armada que iria comerciar para a China ou então ficaram à espera da melhor ocasião para ir para a Índia. Afinal, a história parece cíclica...

Das três relações, o único final que se pode considerar mais atípico é o da *Relação da Perda do Galeão São João*, pois o autor aproveita esse momento da narrativa para narrar a curiosa aventura de um dos sobreviventes, Pantaleão de Sá, que andou "vagabundeando muito tempo pelas terras dos cafres", até que deu com um povoado. Fingindo que era médico, curou uma ferida que o rei desse povoado tinha com nada mais do que lama. Por isso, ironicamente, os negros "puseram a Pantaleão de Sá em um altar e venerando-o como divindade, lhe pediu o rei que ficasse ao seu serviço, oferecendo-lhe metade do seu reino (…). Recusou Pantaleão de Sá a oferta, afirmando-lhe que era preciso voltar para os seus. E mandando o rei fazer uma grande quantia de ouro e pedraria, o premiou grandemente, mandando aos seus que o acompanhassem até Moçambique". Desta forma bem-humorada, que contrasta com o dramatismo de tudo o que aconteceu anteriormente, encerra-se a *Relação da Perda do Galeão São João*.

3.4.3 Tradução gráfica da estrutura das três relações

Tendo em conta os dados acima referidos, pode dizer-se que as três relações têm uma estrutura bastante semelhante, que graficamente pode ser representada da seguinte maneira (ver esquema na página seguinte):


Título
Introdução: desenvolvimento em pirâmide (do menos para o mais importante) até chegar à antecipação da informação crucial: naufrágio e morte de uma ou várias personagens principais.
Antecipação da informação mais importante
O relato é apresentado cronologicamente, com pontos fortes (momentos de intensificação da acção) a que se seguem pontos fracos e de distensão, por vezes mesclados com momentos de retardamento da acção (reflexões do autor, memórias pessoais não relacionadas com o relato, por exemplo), até se atingir um novo ponto forte (intensificação da acção). Portanto, a estrutura da narrativa é de pirâmides invertidas sucessivas, como é próprio dos géneros literários e de muitas reportagens.
Conclusão
Salvação dos sobreviventes (novo ponto forte da acção)

O esquema atrás representado corresponde, grosso modo, à técnica das múltiplas pirâmides invertidas, com início e final fortes, comum nas reportagens contemporâneas (Fernández Parrat, 2001; Sousa, 2005). Os formatos jornalísticos de hoje não são, afinal, mais do que uma recuperação e reconversão dos formatos narrativos do passado. Aliás, os próprios jornalistas tendem a repetir modelos fixados profissionalmente, como a técnica da pirâmide invertida.

4. As relações de naufrágios ocasionais como histórias jornalísticas

As relações aqui estudadas são simultaneamente notícias e histórias, narrativas. Melhor dizendo, como todas as notícias, as relações são histórias. Mais, elas são, como vimos, histórias cujas formas reflectem a história das maneiras de narrar e cujos enquadramentos indiciam os valores culturais da época em que foram escritas. Como argumentaria Schudson (1995), o seu conteúdo foi encaixado numa estrutura narrativa pré-existente, como acontece com toda a notícia.

Um dos primeiros autores a enfatizar a ideia de que as notícias são histórias com história e produzidas numa determinada cultura foi Robert Darnton (1975). Para ele, as notícias são eternas, no sentido de serem sobre o que sempre foi notícia: política, desastres, pessoas famosas, etc. Factos e histórias são constituídos em interacção: em jornalismo, os factos são sempre uma *história dos factos*. As histórias jornalísticas, ou seja, as notícias, baseiam-se em factos e os factos necessitam das histórias, ou seja, de notícias, para "existirem". Mais do que isso: as notícias, ou histórias jornalísticas, são montadas a partir de factos disponíveis e relevantes. O jornalista demonstra a sua capacidade sabendo como encontrar os factos mais relevantes e interessantes e sabendo como montar a notícia, como uma história, a partir deles. Em suma, o jornalista demonstra a sua capacidade reconhecendo quando está perante uma boa história e sabendo narrá-la. Os autores das relações descobriram essas boas histórias, tiveram a capacidade de narrá-las como boas histórias, conquistando os leitores, e usaram os enquadramentos do mundo próprios da época para

incrementar o interesse destes últimos. Afinal, uma história bem contada é sempre uma história bem contada...

Elisabeth Bird e Robert Dardenne (1988) falam, igualmente, das notícias como sendo histórias construídas no seio de uma gramática da cultura. São, assim, histórias representativas dessa cultura e ajudam a compreender os seus valores e símbolos. Enquanto narrativas, as notícias possuem códigos simbólicos reconhecidos pela audiência, que, inclusivamente, balizam as fronteiras do aceitável e do inaceitável. Ettema e Glasser (1998) acrescentam, por seu turno, que o reportório cultural determina a notícia, pois, segundo os autores, são as linhas de força de cada história, pré-existentes numa determinada cultura, que ajudam a construir os factos. Brown (1979) vai mais longe, sugerindo que as histórias que as notícias são reflectem as preocupações sociais em cada momento, sendo essa uma das características que lhes confere êxito social. As relações de que este estudo dá conta ilustram bem as ideias desses diferentes autores, quer como dispositivos discursivos de natureza cultural, quer como artefactos que indiciam as omnipresentes preocupações quinhentistas com os destinos dos navios da Carreira da Índia, quer ainda como balizadores das fronteiras do aceitável e do inaceitável, como transparece, ao longo das narrativas, no olhar simultaneamente crítico, irónico e/ou compadecido dos autores sobre os comportamentos das personagens.

Por seu turno, Phillips (1976) mostra que o jornalismo privilegia o concreto e particular e não o estrutural. O jornalismo favorece, assim, familiaridade acerca das coisas e não conhecimentos profundos sobre elas. As relações são exemplos antigos do que diz Phillips: reportam casos singulares que trazem ao leitor um certo tipo de familiaridade quer com o acontecimento quer com os riscos da navegação quinhentista, uma familiaridade, aliás, bastante afastada do conhecimento estrutural, como, certamente, concluiria a autora.

Phillips (1976) explica, também, que as notícias são repetitivas porque os acontecimentos noticiados têm previamente de fazer sentido como acontecimentos dignos de serem notícia. Os acontecimentos, por inesperados que sejam, devem ser "esperados". As várias relações de

naufrágios publicadas em Portugal entre os séculos XVI e XIX, documentam, precisamente, a explicação de Phillips.

Acentuando as explicações culturológicas para as notícias, Michael Schudson (1988) diz que estas podem ser vistas na perspectiva dos géneros literários, assemelhando-se a romances, tragédias, comédias e sátiras. As três relações foram construídas como tragédias, mas em algumas das suas páginas parecem, pontualmente, metamorfosear-se em sátiras, o que ajuda a conferir-lhes interesse como reportagens e narrativas. É o caso de Pantaleão de Sá, que, fingindo-se médico, cura um rei africano com lama (São João), ou da vã tentativa de os náufragos construírem câmaras e retretes para duas fidalgas na embarcação que fizeram para saírem do local do naufrágio (São Bento). As relações tiveram êxito editorial precisamente porque, como o comprovam as sucessivas reedições, são boas histórias e foram bem contadas, são excelentes tragédias, misturando, ainda, pormenores satíricos que revelam a comédia humana − e os humanos defeitos − mesmo em situações limite. Elas misturam drama (fome, sede, esgotamento, calor asfixiante, frio cortante, traições, emboscadas...), acção (combates, naufrágio, exploração...), morte, exotismo (raças e animais estranhos), revelação de um mundo desconhecido que os Descobrimentos e o comércio global desvelavam, episódios da vida de personagens reais da elite aristocrática e burguesa de Portugal, tudo enquadrado pela omnipresente religião. Estimulam a imaginação, fazem o leitor viajar por lugares longínquos, revivendo aventuras e tragédias e comovendo-se com o destino dos náufragos. Permitem a personalização do relato, ao narrarem dramas individuais de figuras famosas da época. Ou seja, obedecem a vários critérios de noticiabilidade, tal e qual as notícias sempre obedeceram. Contribuem para o leitor *viver a aventura por interposta pessoa*, *conhecer lugares distantes pela pena do "jornalista"*, participar indirectamente na epopeia dos Descobrimentos, nos riscos do comércio ultramarino, cujos finais eram muitas vezes funestos, como advertia o Velho do Restelo n'*Os Lusíadas*, de Camões. Elas mostram, afinal, que as lágrimas de uns podem ser as lágrimas de todos, os padecimentos de uns os padecimentos de todos.

Parte do êxito das relações deve-se, também, ao facto de elas satisfazerem a *curiosidade humana*. Elas satisfazem o interesse pelos novos mundos que os Descobrimentos abriam ao mundo, o interesse pelas viagens marítimas e as condições em que decorriam, o interesse pelos povos e culturas distantes, pelos animais, plantas, povos e paisagens desconhecidos. Mas elas também satisfazem, particularmente, esse interesse desmesurado pela vida dos outros, em particular quando os outros são pessoas mais ou menos famosas, cujas referências nos são familiares, como ainda hoje nos provam as *Holas*, as *Caras* e outras revistas "de celebridades". As vicissitudes dos "famosos" parecem calar mais junto do público, emocionar mais as pessoas, quiçá porque os tornam mais humanos. Quando a tragédia bate à porta dessas pessoas, mostra-nos que também pode bater, com facilidade, à nossa porta. Consumimos essa informação, porventura, para exorcizar os nossos próprios medos e fantasmas, para evitarmos o que pode dificultar a nossa vida e mesmo colocar em risco a nossa sobrevivência, para pensarmos no que a nossa vida é, poderia ser ou poderia ter sido. O fundo moral das relações, como escreveu o autor da *Relação do Naufrágio da Nau São Paulo*, Henrique Dias, tem exactamente a ver com isso, com a ideia de que *"antes com menos da terra do que atravessar o mar por coisas tão transitórias e de pouca dura."*

Uma outra causa para o êxito das relações de naufrágios aqui estudadas diz respeito à *proximidade com os eventos*. Proximidade temporal mas também afectiva, já que, segundo Vitorino Magalhães Godinho (1963), cerca de um quinto (em certas ocasiões um quarto) da população portuguesa, entre os séculos XVII e XVIII, esteve directa ou indirectamente envolvida nos Descobrimentos.

Nova razão justificativa do êxito editorial das relações de naufrágios reside no contraponto que elas fazem às gloriosas crónicas oficiais. Ao contrário das crónicas oficiais, as relações de naufrágios mostram as tragédias e sofrimentos, atentam nos pequenos factos do quotidiano, muitos deles próximos da vida das pessoas, mostram que por trás dos Descobrimentos e do início da Globalização contemporânea esteve principalmente a obtenção de lucro, a intenção comercial, pois foi a perspectiva de enriquecimento, ou de maior enriquecimento, que estimulou o poder político a

encetar e apoiar os Descobrimentos, a colonização e o comércio marítimo intercontinental e que colocou nas naus homens e mulheres, velhos, adultos e crianças, ricos e pobres.

Shoemaker e Reese (1996: 114) dizem que as histórias jornalísticas, para serem atraentes, tendem a integrar os mitos mais proeminentes numa determinada cultura. As histórias narradas nas relações aqui estudadas são também narrativas míticas sobre Portugal e a sua missão no mundo ("dar novos mundos ao mundo, pôr em contacto povos e culturas"), onde o espírito de cruzada se cruza com o espírito dos Descobrimentos, onde se manifesta o desejo de reforço da fé cristã e se dá sentido à ideia da missão civilizadora de Portugal no mundo. No entanto, pode também identificar-se nas relações uma dimensão ideológica, na medida em que elas não beliscam a hierarquia social nem o sistema e se centram na vida, acção e citação de comerciantes e navegantes de alta linhagem, que têm tanto de aventureiro como de avidez. O jornalismo de ontem, e o de hoje, mesmo que não fosse, nem seja, monolítico, tendeu, e tende, a preservar o *statu quo*.

Finalmente, as relações de naufrágios ensinam os perigos a evitar nas empresas marítimas, contribuindo para edificar conhecimento comum. Tiveram, consequentemente, efeitos cognitivos, para além dos efeitos afectivos que produziram ao narrar as desventuras dos protagonistas.

Conclusões

A principal conclusão a tirar deste trabalho é a possibilidade de afirmar que as três relações quinhentistas estudadas podem considerar-se exemplos do jornalismo emergente. Sofrendo a influência das crónicas medievais (Lanciani, 1979), já elas exemplos de *quase-reporagens*, as três relações aqui estudadas constituem-se como reportagens de acontecimentos notáveis, recentes e dramáticos e foram elaboradas para terem ampla difusão pública.

São várias as características que nos permitem considerar as três relações em causa como reportagens, nomeadamente se descontarmos as questões de estilo próprias da época:

1) Descrevem acontecimentos reais em profundidade, mais extensiva que compreensivamente, e exploram, analiticamente, causas e consequências dos mesmos;

2) Foram elaboradas à luz de critérios de valor noticioso intemporais (actualidade, possibilidade de personalização e dramatização das histórias, referência a tragédias, lutas e morte e à vida de pessoas famosas, negatividade...);

3) Apesar das liberdades analíticas e estilísticas dos seus autores, destinadas a intensificar e enquadrar (por vezes religiosamente) os relatos, nota-se que os textos foram, jornalisticamente, produzidos com intenção de verdade, rigor e ânimo de fidelidade aos factos, sendo várias as referências rigorosas a datas e locais, as citações directas ou sob a forma de paráfrase, etc.

É de realçar que outras marcas das relações estudadas são comuns às reportagens contemporâneas. Por exemplo, a referida intervenção dos autores no relato, para analisar, enquadrar e mesmo dar conta das suas próprias vivências dos factos narrados, ou ainda para referir as circunstâncias em que ouviram e citaram as fontes de informação, são comuns às reportagens jornalísticas contemporâneas.

A segunda conclusão a tirar é a de os esquemas narrativos usados nas relações são homólogos, estando ainda hoje presentes no discurso jornalístico. Pode dizer-se, assim, que vários formatos e formas de narrar se repetem ao longo dos tempos, mais ou menos reconvertidos e reconfigurados. Se os conteúdos jornalísticos têm uma história, as formas de relatar também as têm, sendo que os conteúdos se adaptam à forma, como observámos nas três relações aqui estudadas, que seguem, como provou Lanciani (1979), a estrutura de contos e relatos medievais e obedecem a regras da

retórica clássica, cujas bases remontam ao Mundo Antigo. Aliás, numa época em que pontificavam em Portugal cronistas extraordinários e bem formados, como Damião de Góis, Diogo do Couto[49] e João de Barros, é natural que as crónicas, incluindo as medievais, tivessem servido de modelo para as relações quinhentistas e seiscentistas. As relações aqui estudadas podem mesmo ser consideradas manifestações populares das grandes crónicas, menos eruditas, menos prolixas, mais sensacionalistas e dramáticas, destinadas a emocionar, a moralizar e a *serem consumidas o mais massivamente possível*[50], para dar lucro ao autor e ao editor. A este propósito, pode-se, também, realçar que se nota nas três relações uma tendência dos autores para a análise das situações, o que aproxima esses relatos da enunciação jornalística especializada contemporânea. É possível afirmar, ainda, que o sucesso dos relatos de naufrágios antecipa, de certa maneira, o sucesso do jornalismo de reportagem, do jornalismo de viagens e do jornalismo popular e ilustra a existência prévia de algumas das condições que vieram a permitir o êxito do jornalismo industrial popular e sensacionalista no século XIX.

A terceira conclusão que podemos extrair do trabalho é a de que, ao contrário das grandes crónicas, as relações de naufrágios dão conta de uma conjuntura desfavorável ao Portugal quinhentista. Depois de muitos anos de omnipresença no comércio intercontinental, provocada pelo início da feliz epopeia dos Descobrimentos, Portugal começava já a entrar numa crise económica e social profunda[51], masoquisticamente indiciada pelos relatos de naufrágios, metáforas pré-jornalísticas de um país adiado e de incerto futuro, em que o temor habitava o inconsciente colectivo. A conservação dos navios era descurada, as melhores rotas eram desrespeitadas, os capitães eram

[49] Uma das relações seiscentistas de naufrágios é precisamente da autoria de Diogo do Couto. Trata-se da *Relação do Naufrágio da Nau São Tomé da Terra dos Fumos no Ano de 1589 e dos Grandes Trabalhos que Passou Dom Paulo de Lima nas Terras da Cafraria até à Sua Morte. Escrita por Diogo do Couto, Guarda-Mor da Torre do Tombo. A rogo da Senhora D. Ana de Lima, Irmã do Dito Paulo de Lima, no Ano de 1611.*

[50] Algumas das folhas ocasionais tiravam mais de mil exemplares por edição, numa época em que a tiragem média de livros na Europa andava pelos 300 exemplares.

[51] Crise essa de que ainda não recuperou, e que o ouro do Brasil e a expansão colonial não fizeram mais do que camuflar, mas que foi agudizada pela Ditadura do Estado Novo, pelo período conturbado e de excessos do pós-25 de Abril (Processo Revolucionário em Curso) e pela ineficácia que os sucessivos governos pós 1974 denotaram nas tentativas de modernização do país, e que foi atenuada somente graças à integração europeia.

nomeados mais pelos seus títulos nobiliárquicos do que pelas suas capacidades e os períodos mais favoráveis para navegar eram desprezados por causa da cobiça de comerciantes apostados no lucro antes de todas as coisas, que ainda por cima sobrecarregavam as naus com mercadorias. Pode-se, assim, afirmar que os relatos jornalísticos, ontem como hoje, são histórias que indiciam o mundo real e as circunstâncias de cada época, por vezes atentando mais no particular do que no geral, naquelas pequenas coisas que afectam directa e quotidianamente as pessoas do que nos grandes temas, mais abstractos. O jornalismo tem, afinal, uma história e essa história revela-se, como vimos, nas formas e nos conteúdos das notícias. O jornalismo é, pois, uma história do mundo continuada, é um *curriculum* da humanidade. As notícias de hoje acrescentam novidade às antigas, mas como os critérios de noticiabilidade são, de certa forma, intemporais, parece que há novidade sem verdadeira mudança, como disse Phillips (1976).

Finalmente, como última conclusão, pode explicitar-se que, ao contrário do que argumenta Tengarrinha (1989: 29), parece emanar das três relações o apego dos respectivos autores à verdade e aos factos, seguindo, aliás, a tradição da historiografia iniciada por autores como Tucídides e Xenofonte na Grécia Antiga. O valor jornalístico da verdade no relato é, assim, notoriamente, um valor historicamente consolidado, que transcende, inclusivamente, as fronteiras do jornalismo.

Bibliografia

BELO, A. *As Gazetas e os Livros. A Gazeta de Lisboa e a Vulgarização do Impresso (1715-1760)*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2001.

BIRD, E. e DARDENNE, R. Myth, chronicle, and story: Exploring the narrative qualities of news, *in* CAREY, J. W. (Ed.) *Media, Myths and Narratives*. Newbury Park: Sage, 1988.

BRITO, B. G. *História Trágico-Marítima*. Barcelos: Editora do Minho, 1942 [Edições originais de 1735/1736, respectivamente 1º e 2º volumes].

BROWN, R. M. The gatekeeper reassessed: A return to Lewin. *Journalism Quarterly*, vol. 56, 1979.

DARNTON, R. Writing news and telling stories. *Deadalus*, n.º 104, 1975.

ETTEMA, J. e GLASSER, T. *Custodians of Conscience: Investigative Journalism and Public Virtue*. New York: Columbia University Press, 1998.

FERNÁNDEZ PARRATT, S. *A Reportaxe de Prensa en Galicia*, Tese de doutoramento apresentada à Universidade de Santiago de Compostela, 2001.

GODINHO, V. M. *Os Descobrimentos e a Economia Mundial*, Lisboa: Arcádia, 1963.

LANCIANI, G. *Os Relatos de Naufrágios na Literatura Portuguesa dos Séculos XVI e XVII*, Lisboa: Instituto de Cultura Portuguesa da Secretaria de Estado da Cultura, 1979.

MUÑOZ-TORRES, J. R. *Por Qué Interesan las Noticias*. Barcelona: Herder, 2002.

PASSOS, C. Navegação portuguesa dos séculos XVI e XVII. Naufrágio Inéditos. Novos subsídios para a história trágico-marítima de Portugal, *Biblos*, IV, 1928.

PEUCER, T. Os relatos jornalísticos. *Comunicação e Sociedade*, n.º 33, pp. 199-214, 2000. (Tradução de *De relationibus novellis*, Leipzig: Tese (Doutorado em Periodística) – Universidade de Leipzig, 1690.)

PHILLIPS, E. B. What is news? Novelty without change? *Journal of Communication*, vol. 26, n.º 4, 1976.

SCHUDSON, M. Porque as notícias são como são. *Comunicação e Linguagens*, n.º 8: 1988.

SCHUDSON, M. *The Power of News*, Cambridge: Harvard University Press, 1995.

SILVA, I. F. S.; ARANHA, B. e BRITO, J. J. G. *Dicionário Bibliográfico Português*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda, 1987 [reedição fac-similada].

SOUSA, J. P. *As Notícias e os Seus Efeitos*. Coimbra: Minerva, 2000.

SOUSA, J. P. *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

TENGARRINHA, J. *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, 2ª edição revista e ampliada, Lisboa: Caminho, 1989.

Por uma pedagogia freireana no ensino jornalístico contemporâneo

António Francisco Ribeiro de Freitas (Universidade Federal de Alagoas)

(paripueira12@yahoo.com.br)

Sumário

Esta pesquisa pós-doutoral está sendo realizada no Centro de Investigação e Intervenção Educativas (CIIE) da Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto. O objetivo central desta investigação é resgatar a importante contribuição teórica de Paulo Freire no ensino da comunicação. Ressaltamos que essa valiosa reflexão freireana na constituição de uma pedagogia da comunicação nas escolas de jornalismo ainda é pouco difundida e aplicada. Compreendemos que a partir de sua obra ***Extensão ou Comunicação***, o educador brasileiro deixou implícita uma matriz pedagógica comunicacional, isto é, uma pedagogia da comunicação, baseada na *práxis*.

O objetivo secundário é contribuir teoricamente para que haja mudanças no ensino do jornalismo, uma vez que, o campo da pedagogia jornalística é marcado pela dicotomia teoria *versus* prática. Entendemos que uma pedagogia que considere a ação-reflexão-ação no fazer jornalístico produzirá uma formação muito mais significativa dos profissionais de jornalismo. Para tanto, compreendemos que a superação desta dicotomia na pedagogia jornalística somente será possível com a mudança do paradigma pedagógico.

A pedagogia jornalística da práxis

Compreendemos que as contribuições de Freire (1977) sobre educação e comunicação, permitem a constituição de uma pedagogia da comunicação participativa, libertadora, emancipatória e de caráter transformadora. Essa proposta freireana que foi sendo tecida ao longo de sua trajetória de educador foi abortada no Brasil, como salienta Meditsch (2005, p. 5 - 6), em razão dos seguintes fatores: da ditadura militar no Brasil, da Guerra Fria entre as duas grandes potências militares do

século passado, da ideologização e do controle do campo da comunicação social, pelo fato dela estar situada num setor estratégico tanto político quanto ideológico.

Aliado ao fato de a comunicação social ser uma área estratégica do ponto de vista militar, o governo norte-americano interferiu na formação e no currículo de comunicação em toda América Latina. E, em meados de 1960 criou o Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para a América Latina (CIESPAL), com sede em Quito, no Ecuador.

O objetivo da criação do referido Centro foi disseminar a ideologia funcionalista da comunicação e as teorias comunicacionais que interessavam aos ideólogos norte-americanos, na formação dos comunicólogos latino-americanos, para evitar que uma outra visão de sociedade se espalhasse na mídia e na América Latina. A intenção era impedir que a visão de mundo soviético-cubana conquistasse os povos latino-americanos. Tais conceitos aprofundaram a separação entre a teoria e a prática no ensino da comunicação:

> Nesta dicotomia permanente, os 'práticos' nunca se deram conta do potencial da teoria freireana para aperfeiçoar as suas práticas, e a grande maioria nem tomou conhecimento de suas idéias, a não ser por orelhas de livro. Por sua vez, os 'teóricos' que leram além das orelhas jamais se sentiram compromissados a aplicar as idéias de Freire nas práticas midiáticas, não apenas por ignorarem solenemente estas práticas, mas também por sentirem um profundo desprezo por elas. Para estes, a prática de que falavam Marx e Freire era apenas mais um conceito a enriquecer sua bagagem teórica, ou era uma prática tão idealizada que se recusava a admitir como legítima a realidade com que 'os práticos' se relacionavam. (MEDITSCH, 2005, p. 8 - 9).

Isso gerou a dança conceitual na área de comunicação:

> Desta forma, as idéias de Freire, quando levadas em conta em nossa área, foram confinadas ao 'balé de conceitos' da comunicologia e 'domesticadas' pela lógica acadêmica que seu autor

> sempre condenou. A sua aplicação no desenvolvimento das práticas da comunicação foi abortada em nosso campo. (MEDITSCH, 2005, p. 9).

E no caso do ensino do jornalismo Meditsch (op. cit.) afirma que houve uma ruptura da orientação teórica das escolas que mantinham uma formação clássico-humanística. Por influência do CIESPAL, essa orientação foi rejeitada sob a alegação de não-científica, motivo pelo qual foi substituída pelas disciplinas oriundas do funcionalismo norte-americano, pois:

> Com o golpe militar de 1964 no Brasil, esta receita seria plenamente posta em prática na universidade brasileira. No caso do ensino do jornalismo, a tarefa ficou a cargo de um técnico formado pelo CIESPAL, Celso Kelly, autor do currículo mínimo imposto a todas as escolas do país, dentro da política de controle centralizado. (MEDITSCH, 2005, p. 6)

Nessa mesma época a pedagogia libertadora de Paulo Freire, baseada na dialogicidade, criticidade, problematização em direção à práxis, superando assim a dicotomia entre a teoria e a prática estava ganhando corpo no Brasil e na América Latina. Afirma ainda Freire (1977, p. 69) que "A educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados". Ao explicitar sua proposta pedagógica menciona que:

> Todo ato de pensar exige um sujeito que pensa, um objeto pensado, que mediatiza o primeiro sujeito do segundo, e a comunicação entre ambos, que se dá através de signos lingüísticos. O mundo humano é, desta forma, um mundo de comunicação. (FREIRE, 1977, p. 66)

As contribuições freireanas começaram a se fazer presentes também em 1970 no ensino da comunicação, graças à profundidade de suas reflexões e à proposta de uma ação pedagógica questionadora:

> Creio ter sido um dos primeiros a trazer as idéias de Freire para o campo dos Estudos de Comunicação, ainda na década de 1970. Fora do Brasil, além da Educação, ele já era amplamente estudado em outras áreas – Filosofia, Serviço Social, Teologia, Lingüística – mas poucos haviam se dado conta do potencial teórico de suas idéias para o estudo da Comunicação e da Cultura. (LIMA, 2001, p. 288).

Durante o XX Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM), evento acontecido na cidade paulista de Santos, em 1997, quando se debateu qual era a maior contribuição brasileira à área acadêmica da comunicação social na América Latina, o professor colombiano Jesus Martín-Barbero, conforme explica (MEDITSCH, 2005, p. 1), mencionou "[...] Paulo Freire (ao lado do antropólogo Renato Ortiz) como o autor brasileiro mais importante para o desenvolvimento do pensamento latino-americano na área".

Sabemos que a mídia não foi a preocupação nuclear na produção teórica de Freire, pois seu estudo mais direto sobre o assunto foi no campo da comunicação rural, em sua obra **Extensão ou comunicação** (1977). Mesmo assim, em seus escritos é possível detectar que a comunicação humana, o diálogo e a palavra ganham centralidade em todas as suas obras e possibilita detectar a existência de uma pedagogia da comunicação implícita no pensamento freireano.

Suas contribuições na área da comunicação foram significativas, conforme (COGO, 1999, citada por MEDITSCH, 2005, p. 1):

> [Ela] confirma a percepção de MARTIN-BARBERO: a autora registra a influência de Freire em diversas vertentes de estudos e pesquisas da área de comunicação no continente: além do campo da comunicação rural, seu pensamento marcou a investigação sobre comunicação popular e alternativa, e influenciou os principais autores da área de comunicação e estudos culturais, tanto na vertente dos estudos de recepção quanto na de educação para a comunicação.

Em síntese, visamos resgatar as contribuições de Freire na pedagogia da comunicação, mais especificamente nas escolas de jornalismo luso-brasileiras. Conforme relatamos ao longo da revisão da literatura, o estudo da obra freireana tem perdido terreno nas escolas de comunicação. Porém, suas reflexões são significativas para o nosso campo e podem possibilitar uma nova abordagem na ação pedagógica, no processo de ensino-aprendizagem jornalístico, que ainda é marcado pela forte dicotomia entre a teoria e a prática, prejudicando a formação profissional jornalística.

Relação crítico-transformadora entre professor-aluno-objeto do conhecimento

Abordar a visão da pedagogia da comunicação freireana é lançar sementes utópicas em direção a um novo tempo, a um novo ser, a uma nova sociabilidade. Educar e comunicar são atos esperançosos, de transformação dos sujeitos para melhor. E todo ato de semear é impregnado de esperança. É a esperança que move o lavrador. O lavrador, ao cavar a terra e lançar as sementes no sulco, está plantando esperança, esperança de colher bons e melhores frutos, esperança de ter uma boa safra.

É a esperança que lhe dá forças em sua luta árdua, renhida e diária ao lavrar a terra. Esse deve ser também o trabalho do(a) intelectual socialmente comprometido(a). Paulo Freire foi um semeador de esperanças também no campo da pedagogia da comunicação, por isso a sua contribuição deve ser vista, revista e reinventada. E a função do(a) pesquisador(a) deve ser de um(a) espalhador(a) de sementes de esperança por onde caminha. A pedagogia da comunicação implícita em Freire (1977) possibilita lançar sementes para o surgimento de novas possibilidades na ação pedagógica em jornalismo.

Com a instalação da ditadura militar no Brasil, e o seu acirramento, houve o exílio de Paulo Freire. A pedagogia da comunicação freireana, que começava a ganhar corpo nas escolas de comunicação do país, bem como a sua metodologia dialógica de ensino-aprendizagem foram sufocadas e

substituídas pela onda avassaladora de outras teorias comunicacionais, não-críticas e tecnicistas vindas notadamente dos Estados Unidos.

Isso atendia aos interesses dos ideólogos da reforma universitária feita pela ditadura – pois restringia o surgimento de uma pedagogia da comunicação embasada numa teoria midiática crítica. Com o exílio de Paulo Freire, houve o aborto da matriz do pensamento freireano sobre comunicação, jornalismo e mídia no Brasil, como tão bem registra Meditsch (2005) em seus recentes estudos midiáticos.

Finalmente, mencionamos a preocupação de Freire (1977), em sua obra **Extensão ou comunicação**, quando ele trata da importância da comunicação no ato educacional, ato este que tem sempre a comunicação como elemento-chave. E contemporaneamente citamos Meditsch (2005), que busca resgatar o valor da obra freireana tanto para a mídia quanto para o jornalismo.

Em suas análises Freire (1977), trata da importância da comunicação no ato educacional. Sua contribuição para a área comunicacional ainda é pouco investigada e seu pensamento merece ser ampliado, razão pela qual justificamos esta pesquisa. Suas reflexões enfatizam que a formação do sujeito transformador deve, necessariamente, ser fruto tanto de uma comunicação libertadora quanto de uma educação dialógica. E que ambas as áreas – a comunicação e a educação – são mediadoras privilegiadas na constituição das subjetividades e do conhecimento. Por isso Freire (1977, p. 78) comenta: "Educador-educando e educando-educador, no processo educativo libertador, são ambos sujeitos cognoscentes diante de objetos cognoscíveis, que os mediatizam".

Afirma ainda sobre a necessidade da instauração de uma verdadeira relação gnosiológica:

> Esta é a razão pela qual, para nós, a 'educação como prática da liberdade' não é a transferência ou a transmissão do saber nem da cultura; não é a extensão de conhecimentos técnicos; não é o ato de depositar informes ou fatos nos educandos; não é a 'perpetuação dos valores de uma cultura dada'; não é o 'esforço de adaptação do educando ao seu meio'.
>
> Para nós, a 'educação como prática da liberdade' é, sobretudo e antes de tudo, uma situação verdadeiramente gnosiológica. Aquela em que o ato cognoscente não termina no objeto

> cognoscível, visto que se comunica a outros sujeitos, igualmente cognoscentes. (FREIRE, 1977, p. 78).

Ele propõe que todo ato comunicativo deve ser um ato educativo. Isso porque o diálogo – a comunicação – é a base elementar do processo educacional freireano. Demonstramos assim que Freire (1977), muitas décadas atrás, já lançava as bases reflexivas para a instauração de uma pedagogia da comunicação participativa, transformadora e questionadora. Sua proposta de pedagogia comunicacional tem a *práxis* como fundamento e o diálogo como elemento constitutivo do conhecimento, do sujeito e da consciência.

A partir destas reflexões justificamos esta investigação sobre a presença do pensamento de Freire (1977) na pedagogia da comunicação nas escolas de jornalismo luso-brasileiras. Julgamos que tais análises venham a contribuir para a instauração de uma nova postura pedagógica nas escolas de comunicação pois:

> A ausência desse debate tem se revelado uma constante em todos os congressos, seminários e encontros, destinados a repensar as questões da teoria, da pesquisa, dos currículos e da profissionalização no ensino da comunicação (FADUL, 1979, p. 50).

Dessa forma esperamos que os resultados desta reflexão sobre a adoção da proposta pedagógica freireana no ensino jornalístico, seja concretizado pelas esoclas de comunicação. Como foi explicado, em muitas escolas, são adotadas teorias pedagógicas que não levam em conta nossas identidades culturais, nossa visão de mundo, nossa língua e, o pior, não estimulam a adoção de uma relação dialógica entre os sujeitos, na construção do conhecimento midiático.

Conclusão

Muitas vezes a teoria e a prática não interagem em sala de aula durante a produção do conhecimento jornalístico-comunicaiconal, fazendo com que os professores, muitas vezes,

valorizem em demasia a teoria ou a prática, e imaginaem ainda que seus alunos são "tábulas rasas", desprovidos de saberes, ao adotarem ainda uma postura de transmissores de conhecimento - e não de mediadores de um processo interativo-intelectivo em sala de aula.

Tais professores, talvez sem se darem conta, ao adotarem tal postura pedagógica, não dialógoca, estarão contribuindo para a domesticação dos sujeitos e a conservação do *status quo*, fatores muito criticados por Freire, pois resulta da concepção de educação bancária e conservadora.

Por isso entendemos que a teoria praxeológica, de matriz freireana, pode superar tanto a dicotomia teoria *versus* prática, quanto a concepção educacional bancária, tão criticada pelos alunos quanto pelos especialistas educaconais, que defendem uma pedagogia crítica e transformadora na área da comunicação.

Assim sendo, entendemos que estudar as contribuições freireanas significa lançar uma ponte fértil para a instauração de uma outra visão pedagógica no ensino jornalístico contemporâneo.

Bibliografia

FADUL, Anamaria. (1979). "A ação pedagógica na escola de comunicação (notas para uma reflexão). In: *Ideologia e poder no ensino da comunicação*. José Marques de Melo, Ana Maria Fadul e Carlos Eduardo Lins e Silva (orgs.). São Paulo: Cortez & Moraes: INTERCOM,

FREIRE, Paulo. (1977). *Extensão ou comunicação*. 10 ed, Rio de Janeiro: Paz e Terra.

FREITAS, Antonio Francisco Ribeiro de. (1999). *Diálogo em sala de aula*: análise do discurso pedagógico. Curitiba, H.D. Livros.

LIMA, Venício A. (1981). *Comunicação e cultura:* as idéias de Paulo Freire. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

MEDITISCH, Eduardo. (2005). *Paulo Freire e o estudo da mídia*: uma matriz abortada. Disponível em: <www.jornalismo.ufsc.br/departamento/eduardo-meditsch.html>. Acesso em 11.12.2005 às 19h21.

Jornalismo e responsabilidade social empresarial: uma pauta em construção

Lucia Santa Cruz (Universidade Federal do Rio de Janeiro)

luciasantacruz@gmail.com

Sumário

O espírito público da iniciativa privada é um dos axiomas da nossa época, consolidado num movimento de intervenção social – a responsabilidade social empresarial. Este artigo discute como este discurso migrou do círculo restrito do ambiente corporativo para ser apreendido pelos veículos de comunicação de massa, que criaram produtos específicos para abordá-lo. A análise de jornais, revistas e programas de rádio que produzem notícias sobre o tema aponta ser esse um processo de legitimação da estratégia das empresas enquanto atores sociais que se auto-atribuem um papel essencial no cenário de reorganização da agenda das políticas públicas brasileiras.

Abstract

The public spirit of the private initiative is the nowadays axioma, consolidated by a social intervention movement – the corporate social responsibility. The issue of this article is to investigate how this discourse moved from the corporate restricted circle to media, which created specific products about it. Analysing newspapers, magazines and radio programs about the issue remarks that we're in front of a legitimating process of the companies as social actors in order to reorganize the brazilian public politics agenda.

Introdução

Folhear uma revista, assistir um programa de televisão ou ouvir um programa de rádio comprovam: é difícil hoje travar contato com um produto midiático sem se deparar com uma expressão que já virou lugar comum: responsabilidade social empresarial. Seja em propagandas institucionais

bonitas, envolventes, sedutoras, ou narradas pela voz legitimada do jornalismo, este movimento, que surgiu nos Estados Unidos e aterrissou em terras brasileiras no final do século passado, ganha cada vez mais audiência nos meios de comunicação.

De um modo geral, a tônica que se registra é: empresarial é mais legal. Ações desenvolvidas por empresas privadas – e até mesmo por algumas estatais – no campo social são mais interessantes, mais eficazes, mais eficientes que as políticas públicas do Estado brasileiro. O encantamento da mídia com este universo é evidente e ainda mais explícito no campo da produção de notícias, que culmina por se constituir num outro movimento: o próprio jornalismo termina por pautar o papel social das empresas hoje.

Quando decidem implantar ou assumir programas de responsabilidade social, as empresas justificam sua atitude sob o escudo da cidadania, da preocupação com a sociedade, da solução de problemas sociais para os quais o Estado aparentemente estaria se mostrando incompetente. Além de não admitirem que se trata de uma intervenção social de natureza política, as empresas também fogem do estigma das razões mercadológicas, seja porque há uma conotação fortemente negativa em associar a responsabilidade social com sua estratégia de mercado, já que muitos críticos a este movimento o enxergam apenas como retórica de promoção empresarial; seja porque também é mais interessante em termos de imagem institucional trabalhar a idéia de que o mundo corporativo assume nova postura, para além do lucro e do seu interesse direto.

Para acompanhar as transformações do modo de produção capitalista, a empresa lança mão de atos concretos e simbólicos, atuando no social. A Responsabilidade Social Corporativa se anuncia desta forma como um fenômeno social, econômico, político, mas prioritariamente comunicacional e cultural.

A importância em pesquisar este universo se dá pelo fato de que a investigação teórica em torno da responsabilidade social empresarial não leva em conta os discursos jornalísticos produzidos sobre o tema. Assim sendo, tem sido um dos objetivos do meu trabalho como pesquisadora dar uma contribuição de ordem científica-prática, na medida em que busco aplicar uma teoria a um dado

fenômeno social que vem sendo estudado a partir de muitas perspectivas teóricas, mas raramente pelo campo da Comunicação.

Responsabilidade social empresarial é um conjunto de atividades desenvolvidas por empresas de todos os portes e setores, articulados em direção a uma intervenção no tecido social, para além de sua produção econômica. Embora ações isoladas de filantropia, caridade e marketing existam desde o início do século XX, é nas últimas duas décadas que o movimento ganha força como ferramenta de gestão empresarial e assume posição estratégia nas corporações.

Enquanto esta "nova forma" de agir das empresas, voltada para o social, se estabelece, calcada na construção de um "espírito público para a iniciativa privada", somos levados a perguntar sobre que bases são construídos seus públicos-alvo. Na constituição das parcelas da população que merecerão os programas, há uma eleição, baseada em determinados critérios. Como em toda escolha feita a partir de classificações, há filtros, seleções, representações.

Podemos considerar que as empresas, ao definir para quem vão direcionar suas atividades de responsabilidade social, estabelecem uma determinada representação de grupos sociais, comunidades, faixas etárias, etc. Há, portanto, aqui, uma representação de quem, dentre a população brasileira, é elegível a este tipo de programa. A principal característica que franqueia a elegibilidade para um projeto de responsabilidade social empresarial é a exclusão social – um outro nome para a pobreza. A pobreza caracterizada a priori como condição de sofrimento, como grau de inferioridade social. Quando os produtos jornalísticos se interessam por narrar estes projetos, é a representação midiática do sofrimento dessa exclusão social que eles focam.

2. Migração do discurso

Desde que o termo responsabilidade social começou a ser empregado para designar ações empreendidas por empresas fora do seu core business em direção à sociedade em que estão instaladas, o discurso referente a estas realizações migrou dos veículos de comunicação institucional (house organs, boletins internos empresariais, peças publicitárias etc.) para o discurso

jornalístico da grande imprensa. A Comunicação na Responsabilidade Social Corporativa reveste-se da centralidade porque rearticula os sentidos simbólicos, formando uma rede favorável ao desempenho da empresa, estabelecendo um vínculo entre o negócio corporativo e o social. Há um reposicionamento das identidades, uma releitura de valores e subjetividades, uma nova composição do simbólico.

A pauta responsabilidade social empresarial parece ter sido "comprada" por praticamente todos os grandes veículos e hoje está presente em todas as mídias, de revistas semanais de informação a programas de rádio, passando pelos jornais impressos, mídia onde talvez o tema tenha alcançado maior repercussão, pela televisão, e pela internet.

O surgimento de inúmeros projetos e programas corporativos de Responsabilidade Social transformou-se em fato jornalístico, levando muitos veículos de comunicação de massa a inicialmente abrirem suas páginas de economia para tratar do assunto. Desde o final do século XX o tema já era pauta de jornais econômicos como *Jornal do Commercio* e *Gazeta Mercantil*, e da *Folha de São Paulo*. Em julho de 2000, o jornal *Valor Econômico*, uma parceria Grupo Folha-Infoglobo, lança o caderno semanal *Empresas & Comunidade*, um mês após a criação do diário. Em 7 de maio de 2003, a rádio *CBN* coloca no ar o *Boletim Responsabilidade Social*, transmitido para 14 estados brasileiros e o Distrito Federal. E em junho de 2003, é a vez de o *Jornal O Globo* lançar *Razão Social*, um suplemento mensal em formato tablóide, com distribuição nacional.

Em menos de 10 anos, a produção jornalística sobre a responsabilidade social ganhou contornos relevantes. A estas iniciativas foram somando-se outras, espalhadas pelo território nacional, a ponto de em 2005 nada menos que 656 matérias de 318 veículos terem concorrido, em 2005, ao 5º Prêmio Ethos de Jornalismo, promovido pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social[52], com o objetivo de incentivar e mobilizar a mídia para o tema de responsabilidade social empresarial.

[52] O Instituto Ethos foi fundado em 1998 pelo empresário Oded Grajew, que chegou a participar do Governo Lula como assessor especial da Presidência da República, coordenando o Programa Fome Zero, com o objetivo de difundir o conceito de responsabilidade social entre as empresas brasileiras. Atualmente, possui 1079 associados – empresas de diferentes setores e portes que empregam juntas cerca de 1 milhão de pessoas – cujo faturamento anual corresponde a cerca de 30% do PIB brasileiro

O Instituto Ethos considera que a mídia e os jornalistas são fundamentais para o aprofundamento dessa discussão e para a formação de uma nova consciência crítica que estimule iniciativas de interesse público em benefício do bem-estar da sociedade e do planeta. (...) O Prêmio tem como objetivo estimular os profissionais da imprensa em geral a refletirem sobre o papel das empresas na sociedade e realizar uma abordagem na relação entre as ações empresariais socialmente responsáveis e o desenvolvimento sustentável. (ETHOS, 2006).

Na premiação, são contempladas tanto reportagens, programetes, documentários, ou seja, edições especiais e únicas com a pauta da responsabilidade social empresarial, quanto suplementos, boletins, programas, isto é, peças com publicação/edição regular e sistematizada (isto é, reunida em suplemento, caderno, boletim, programa com periodicidade definida).No primeiro caso estão exemplos como a reportagem *15 Anos do Código de Defesa do Consumidor*, da *Rádio Eldorado AM*, o documentário e os programetes *Dis Baixo Sul* da *TV Salvador*, a série *Trabalho Escravo*, da *Revista Época*. Já no segundo tipo, encontramos o programa *Balanço Social,* da *TV Cultura*, os suplementos *Faço Parte* do *Jornal da Tard***e**, e *Prazer (EM) Ajudar* do jornal *O Estado de Minas*, a coluna *Sustentabilidade e Inovação* da *Rádio Bandnews FM*, a revista On line *Responsabilidadesocial.com*, o *Portal Setor 3* e *Envolverde Revista Digit*al.

O que observamos, assim, é uma migração do discurso antes circunscrito à esfera administrativa das empresas para o discurso jornalístico, seja de maneira episódica ou de forma organizada e regularizada. Ainda que haja um predomínio de iniciativas editoriais de promoção da responsabilidade social empresarial nas regiões Sul e Sudeste, o movimento é nacional e se verifica em veículos do Brasil inteiro. Essa mudança de abordagem no jornalismo brasileiro se explica, segundo o diretor superintendente da revista *Exame*, Sidnei Basile, em depoimento à revista Imprensa, pelo fato de os veículos também serem empresas:

> "Se as empresas incorporaram o conceito de responsabilidade social à sua gestão como fator de sobrevivência do negócio, os veículos de comunicação, que também são empresas,

devem fazer o mesmo, divulgando e desenvolvendo ações sobre o tema". (Revista Imprensa, agosto de 2001).

A mesma percepção é partilhada pela Associação Nacional dos Jornais (ANJ), entidade que reúne 129 empresas jornalísticas no Brasil, que em sua página eletrôica conceitua o que seria responsabilidade social. A entidade chega a dizer que cidadania é mais que um conceito editorial. "É também uma preocupação empresarial, demonstrada pelos inúmeros projetos e ações de responsabilidade social desenvolvidos por diversos jornais do país" (2005).

Portanto, a migração do discurso do âmbito meramente empresarial para o âmbito jornalístico ocorre num duplo movimento – como estratégia de incremento e estímulo das ações corporativas e como instrumento de convencimento da sociedade, um uso claramente político e ideológico da mídia. Este uso se apóia no entendimento que o jornalismo é aquele que narra o que de fato acontece – os jornalistas têm "o poder de dizer o que é importante e o que não é, poder de construir uma representação da realidade em geral mais 'real', por seus efeitos, do que a própria realidade" (CHAMPAGNE, apud RAMONET, 1997, 49). Ou, como afirma Ignacio Ramonet, "no nosso ambiente intelectual, a verdade que conta é a verdade midiática. (...) A partir de agora é verdadeiro o que o conjunto da mídia acredita como tal" (RAMONET, loc. cit. 45). Se um fato não é narrado pela mídia, poucos, além dos diretamente envolvidos no acontecimento, são os que acreditam que ele de fato aconteceu. Esse cunho de veracidade atribuído ao jornal está profundamente ligado à própria característica de formatação da notícia. "Do ponto de vista técnico, a notícia não é avaliada por seu conteúdo moral, ético ou político; o que é importante é se de fato aconteceu aquilo", ressalta Lage (2004, 27).

"A imprensa provoca reflexão, manifestação, expressão da opinião e estimula a prática social quando relata casos bem-sucedidos de empresas que sabiamente promovem programas sociais", diz Govatto, citada por Bicalho et al (2002, 379). "A credibilidade, própria dos veículos e comunicação sérios, é a todo instante transferida às ações sociais empresariais, conferindo-lhes mais valor",

acredita a autora, para quem os meios de comunicação detêm o poder de modificar atitudes e transformar comportamentos.

É a busca por esta credibilidade que leva o mundo corporativo a fazer dois movimentos complementares – a profissionalização de suas ações de responsabilidade social empresarial por meio da incorporação de profissionais de Comunicação em sua força de trabalho, e a divulgação destas atividades para a grande imprensa.

É necessário reconhecer que hoje temos uma cultura dominada pelos meios de comunicação e pela circulação de informação sobre diferentes suportes. Kellner (2001, 9) nos lembra que "há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade". O autor reforça que a mídia cria "ambientes simbólicos", nos quais as pessoas efetivamente vivem e se articulam.

Um ponto de vista sociológico mais construído permite pensar a criação cultural como um espaço de competição e de interdependência entre produtores, o que é particularmente expresso pela noção de *campo* desenvolvida por Pierre Bourdieu. Segundo o sociólogo, um campo seria um espaço social estruturado como um campo de forças, com tensões internas e relações constantes, permanentes, de desigualdade, em que há lutas pela tomada do controle e pela sua manutenção. Um exemplo é o campo jornalístico. "O mundo do jornalismo e um microcosmo que tem leis próprias e que é definido por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsões que sofre da parte dos outros microorganismos" (BOURDIEU, 1997, 53). Paradoxalmente, o campo jornalístico é, ao lado do universo político, o que mais está diretamente sob a influência do mercado e da audiência, vivendo assim um movimento contraditório – ao mesmo tempo em que detém um poder de influenciar todos os demais campos, é extremamente afetado pelos interesses do campo econômico.

A mídia ocupa um lugar especial, senão central, na produção simbólica das sociedades contemporâneas, fornecendo material para que cada indivíduo organize sua própria identidade e se articule com as demais individualidades. E Bourdieu ressalta esta centralidade ao dizer que o campo

jornalístico age, enquanto campo, isto é, enquanto agente de poder, sobre os outros campos. "As relações entre campo das mídias e outros campos sociais, mediadas através da atividade jornalística, (...) é uma das maiores heranças de Bourdieu", assegura Ferreira (2005, 37).

Ao mesmo tempo, Bourdieu ressalta que para que possa haver a imposição do campo jornalístico sobre um outro campo, é necessário que a mídia encontre cumplicidades no outro universo. Há, portanto, uma forte atividade relacional entre os campos, com uma influência desproporcional do campo midiático sobre os demais campos. Isso confere ao campo jornalístico um poder estratégico, hegemônico, que pode tanto reproduzir dominação quanto "trabalhar para difundir armas de defesa" (BOURDIEU, 1998)

Admitindo-se que pressões externas também desempenhem influência sobre o campo jornalístico, podemos também concordar que a atuação de outros campos pode gerar conteúdo específico, orientações editoriais ou enfoques adotados pela mídia. É possível, portanto, que o surgimento dos programas televisivos sobre responsabilidade social empresarial sejam fruto deste movimento tenso de forças externas e até mesmo de interesses internos do campo jornalístico.

3. Poder da mídia

O poder da mídia, no fundo, está em modelizar focos de subjetivação – um termo que Guattari deslocou do contexto tradicional filosófico, que centrava a subjetividade no sujeito, como "coisa em si, essência imutável" (GUATTARI, 1987) para liberá-la para o processo. A subjetividade está em circulação e depende de um agenciamento de enunciação produzi-la ou não. Ela está nos processos sociais e materiais, e os agenciamentos no campo social produzem diretamente subjetividades, o que permite à mídia desempenhar um trabalho intrusivo, formativo.

Portanto, a subjetividade aqui não é mais concebida como propriedade psíquica, emocional, ligada ao sujeito individual. A expressão, do modo como Guattari a concebe, remete à subjetividade como produção, lembra Caiafa (2000), ressaltando que

> a subjetividade não é uma interioridade identitária marcada por uma biografia familiar, ela é produzida no registro social. Mesmo que venha terminar em um indivíduo (Guattari usa 'terminal', termo da informática), ela é produzida no coletivo. Os componentes familiares são apenas um dos ingredientes, porque a marca dessa produção é que ela comporta componentes heterogêneos (de poder, do corpo, do espaço urbano, componentes de mídia, de linguagem etc) (CAIAFA, 2000, 64-65).

Caiafa sinaliza a tarefa atribuída à mídia, quando comenta que "é cada vez mais apoiado em sua função subjetiva que o capitalismo cuida de se perpetuar", assinalando que "internacionalmente – e no Brasil com todos os agravantes locais – a mídia comercial tem papel fundamental nessa perpetuação" (CAIAFA, 2000, 64). A autora reverbera a fala de Guattari, que considera a mídia como "tendo o poder de modelizar focos de subjetivação" (Caiafa, 2000, 64). É justamente este poder de modelização que interessa na redefinição das esferas público e privado na contemporaneidade.

> Tudo o que é produzido pela subjetivação capitalística não é apenas uma questão de idéia, não é apenas uma transmissão de significados por meio de enunciados significantes (...). Trata-se de conexão direta entre as grandes máquinas produtivas, as grandes máquinas de controle social e as instâncias psíquicas que definem a maneira de perceber o mundo. (GUATTARI & ROLNIK, 1986, 27)

4. Encolhimento do Estado

Estamos, pois, de frente para ações de intervenção social, fortemente focadas em processos comunicacionais de fluxos simbólicos, cuja transmissão pelos meios de comunicação se constitui em palavras de ordem. Todo processo de comunicação é uma luta hegemônica, não uma mera transmissão de informações.

Com as mudanças ocorridas nas formas clássicas de sociabilização e participação social, está se tornando tênue a coincidência entre as dimensões do espaço público e do espaço político, típica do modelo clássico de Estado republicano no Ocidente. Ainda que seja um fenômeno mundial, ele é mais agudo em países onde o sistema político-partidário é instável, desterritorializado e voltado para sua auto-reprodução.

Na medida em que o Estado se transnacionaliza e a política torna-se uma dimensão autônoma da vida social, limitando progressivamente as decisões legislativas, debilita-se o princípio de publicidade dos assuntos de Estado e restringem-se os temas do debate geral. A política em seu sentido mais forte simplesmente deixa de compor a visibilidade do espaço público ou a pluralidade da representação. Migra de uma linguagem própria de um sistema de delegação de poder ao campo de produtos oferecidos ao consumo.

O encolhimento do Estado contemporâneo, simultâneo à expansão do mercado, representa a diminuição da esfera social em que se desenvolve a cidadania. Ainda que se possa pensar numa cidadania baseada na técnica, não se pode deixar de admitir que há um enfraquecimento da relação ético-política do Estado com a demanda cívica e social das massas.

Nos países do Terceiro Mundo, o Estado se estrutura como elemento de unificação e conciliação combinando com o repressivo, herança renovada do antigo colonialismo. Na era neoliberal - que na verdade seria uma releitura do liberalismo mais perverso e conservador - os Estados periféricos que são mais fracos do que os do centro, devido às condições do endividamento e do mercado mundial, se enfraqueceram ainda mais.

A crise do Estado do Bem-Estar Social abre espaço para o surgimento da defesa de um público não-estatal. Crescem as pressões pela participação da sociedade civil na regulação da vida coletiva. Emerge um espaço plural onde os direitos de participação e comunicação política são enfatizados. No Brasil, essa crise se traduziu no discurso pela ineficiência do Estado na área social, sendo que uma das raízes dessa ineficiência seria o intervencionismo do Estado brasileiro. Durante a década de 1980, em meio aos movimentos sociais de luta pela redemocratização do país, registramos o

surgimento das organizações não-governamentais. “Inicialmente derivaram de movimentos sociais de base popular, como uma forma de enfrentamento político de um modelo de Estado seletivo, cujas decisões operavam em via de mão única” (GARCIA, 2004, 17). Na década seguinte, há uma verdadeira explosão destas iniciativas não-estatais, chamadas genericamente de Terceiro Setor. De acordo com pesquisa realizada pelo IBGE em parceria com o Ipea, Gife e a Abong (Associação Brasileira de Organizações Não-Governamentais), em 2002 havia 275 mil instituições atuando no terceiro setor, que empregam 1,5 milhão de assalariados (IBGE, 2004).

Wallerstein (2004) argumenta que a democracia sempre pretendeu distribuir o poder decisório e diluir as diferenças sociais estipulando uma medida de igualdade entre os sujeitos diante da instância que os representa e governa. Seu ideal sempre foi uma recusa ao governo de poucos em favor de um governo de muitos – sempre num sentido quantitativo, de haver mais pessoas participando do processo decisório. Sua questão central sempre foi, pois, da ordem das possibilidades: que atributos definem quem pode participar e que formas de participação tais atributos possibilitam, isto é, quem é o cidadão e quais seus deveres, direitos e liberdades. Por isso a construção da cidadania não pode ser dissociada do fenômeno do Estado-nação: a cidadania dá conta das relações entre as pessoas (individual ou coletivamente) e o Estado e dos limites legais da ação de cada um deles dentro dessa relação. E, por essa razão, à medida que mudam as relações entre os indivíduos e o Estado, muda também o escopo da cidadania.

O movimento de responsabilidade social empresarial, que se intensifica nas duas últimas décadas, opera nesta freqüência. Dois conceitos norteiam estas ações de responsabilidade social corporativa: a incapacidade do Estado de dar conta da problemática social, seja por questões de financiamento, seja pela ineficiência da máquina administrativa ou mesmo pela redução de seu espectro de atuação (o Estado Mínimo apregoado pelo neoliberalismo); e a noção de gestão eficaz de recursos sociais por parte da iniciativa privada, sendo que a eficiência e a eficácia seriam atributos quase que “essenciais” da empresa, no sentido de constituírem a sua natureza.

5. Cidadão como consumidor

Simultaneamente, vivemos outra tendência pouco silenciosa, que iguala os direitos do cidadão ao direito de consumir. Em inúmeros movimentos, o que se vê é a reivindicação do direito de consumo como prática de cidadania. Na visão neoliberal, o cidadão se torna cada vez mais um consumidor, afastado de preocupações com a política e com os problemas coletivos. Assim como há enfraquecimento do poder do Estado, há fragmentação da identidade nacional.

O que as narrativas jornalísticas sobre responsabilidade social parecem indicar é que essa definição do consumidor-cidadão deve ser dada a partir da ação direta das empresas. Sem o projeto empresarial que permite o resgate social, o indivíduo não consegue ascender a cidadão. A cidadania é estabelecida pela atuação empresarial, tanto na esfera econômica clássica, de produção de bens e serviços, quanto por suas ações de responsabilidade social. É a atuação da empresa enquanto agente produtivo que permite que pessoas à margem do processo econômico possam ser integradas e se tornem pessoas, "ganhem a sua cidadania". E são seus programas de responsabilidade social que cumprem efetivamente este papel. As empresas vão tomar conta do cidadão, não como apropriação, mas como proteção. O fenômeno da valorização da responsabilidade social empresarial em um país onde o paternalismo é muito forte é extremamente interessante. A proteção social migra do Estado para o patrão.

O discurso jornalístico sobre responsabilidade social empresarial usa e abusa do termo cidadania, como uma noção auto-explicativa, quase uma licença para as ações reportadas. Isso é ainda mais nítido nos veículos da grande imprensa especializados no assunto. O deslocamento da cidadania para o consumo traz em seu interior outro movimento: a penetração lenta, porém constante, do discurso econômico em todas as esferas da vida.

Habermas (1984) descreve a sociedade dividida em três grandes mundos. O mundo do sistema, o mundo do Governo e o mundo da vida. Cada um desses espaços é regido por normas próprias: o sistema, pelo capital, pelo lucro; o governo, pelo poder, pela burocracia. E o mundo da vida é o cenário das relações interpessoais. A colonização do mundo da vida pela cultura de mercado

transforma a vida também numa mercadoria e a subordina à economia. As páginas dos jornais, o noticiário político, até mesmo os artigos que tratam do social, estão imersos na estrutura discursiva do que Guattari (1986) chamou de a cultura capitalística.

6. Nas linhas da notícia

No caso específico do jornalismo, percebe-se que a economia, antes uma editoria restrita e de menor importância que a de política, ganhou nas últimas décadas outro status, chegando mesmo a concentrar, em alguns jornais impressos, os melhores salários, bem como profissionais com especialização acadêmica na área. Até veículos como televisão e rádio, que não costumavam dedicar minutos a esse campo, hoje contam com comentaristas, analistas, economistas e outros profissionais que apresentam, diariamente, as oscilações do dinheiro na circulação social.

Os veículos analisados[53] durante meu mestrado, e que são a base deste artigo, foram os únicos identificados na mídia brasileira com publicação regular e sistematizada (isto é, reunida em suplemento, caderno ou boletim com periodicidade definida) sobre a Responsabilidade Social Empresarial até o início da pesquisa, em 2004[54]. Em comum têm a participação acionária das Organizações Globo, o fato de versarem sobre o tema, o uso do estilo jornalístico, a concentração de seus leitores nas camadas mais favorecidas da população, com nível de instrução superior, e não terem equipe exclusiva (os profissionais são de outras editoriais e acumulam funções).

O temário circula em torno do conceito de Responsabilidade Social Empresarial. A seleção das pautas utiliza o principal critério que norteia a produção das reportagens: ser notícia, segundo a editora de *Razão Social*, Amélia Gonzalez[55.] Entretanto, pelo menos na *Rádio CBN* há um relacionamento mais próximo entre as empresas e a redação, mediado pelo Instituto Ethos,' que

[53] Fizeram parte da análise 17 edições de *Empresa & Comunidade*, publicadas no período de dezembro de 2003 a novembro de 2005; 512 Boletins *Responsabilidade Social* (do seu lançamento, em 5 de maio de 2003, até 23 de outubro de 2005), e 31 edições de *Razão Social* (do nº 1, de junho de 2003, a dezembro de 2005).

[54] No momento da definição do escopo da pesquisa de mestrado, não foram identificados outros produtos midiáticos além dos incluídos nesta análise. Atualmente, existem diversos outros produtos, incluindo sites, programas televisivos regulares sobre o tema, programetes radiofônicos e outros suplementos de jornais diários, sem contar reportagens esparsas, documentários, especiais etc.

[55] Em palestra no II Encontro Nacional de Jornalistas em Assessorias de Comunicação (9/2003).

fornece indicações de pautas. A narrativa também segue o estilo jornalístico, sem tangenciar a narrativa publicitária.

Cada um dos veículos tem um estilo diferente, embora nos dois impressos se perceba uma forte influência do jornalismo de economia. Seja nas notas ou em reportagens, o que se percebe é a absorção do discurso econômico como apriorístico. O político cede espaço para o econômico, que reina soberano na determinação das pautas, na linha editorial, no recorte do real.

Encontramos na análise uma atuação quase didática por parte destes produtos jornalísticos. Há toda uma preocupação em construir o conceito de responsabilidade social empresarial. Da mesma maneira, como atesta Garcia (2004, p. 49), o foco das empresas retratadas parece ser mais o de mostrar sua adesão à idéia, como se o fato de ter um programa de responsabilidade social conferisse uma qualidade intrínseca, um selo de modernidade, um atestado àquela empresa. "A divulgação das ações empresarias no campo social tem sido feita em larga escala, objetivando diferentes públicos. As corporações que aderiram à campanha pela responsabilidade social utilizam a televisão ou a imprensa escrita nem tanto para divulgar suas ações, mas para publicizar sua participação na campanha pela responsabilidade social".

Ao mesmo tempo, a relação dos jornalistas que trabalham nesses veículos com o objeto de seu trabalho transcende o aspecto jornalístico-profissional. A CBN, por exemplo, classifica seu boletim de projeto. E no suplemento de O Globo, os jornalistas envolvidos com a produção do caderno doam parte de seus salários para as causas noticiadas em cada edição . O mesmo ocorre com parte da receita dos anúncios publicitários.

7. Somente bons resultados

As publicações e o programa de rádio mostram os bons resultados da atuação privada na direção da sociedade. A ênfase não é explícita em uma incapacidade de o Estado gerir a esfera pública, mas em como a empresa privada (local por excelência do capitalismo) é capaz de fazê-lo melhor, de maneira mais eficiente e ágil e com resultados facilmente contabilizáveis. O campo discursivo das

entidades que operam projetos de responsabilidade social empresarial, sejam elas empresas ou organizações não-governamentais, está dominado por uma elite que partilha visões muito claras sobre o papel do Estado, a predominância dos negócios e como o Terceiro Setor deve ter um papel bem definido na auto-regulação da sociedade.

Nos três veículos ocorre uma mutação na concepção de cidadão: há uma ausência da voz do Estado (seja de qual nível se trate – federal, estadual ou municipal). De um modo geral, o Estado nunca é citado, entrevistado ou serve como fonte para a matéria. O ponto original é a empresa – que divulga as informações, os dados, apresenta os beneficiados com o projeto em pauta e, no caso dos jornais impressos, ainda fornece as fotos que serão publicadas[56] . Quando muito, o Estado aparece como parceiro, numa condição sempre passiva e nunca propositiva.

De um modo geral faltam referências aos custos de cada intervenção social, como se os valores envolvidos nas empreitadas desta intervenção social empreendida pelas empresas não fosse relevante para o conjunto da sociedade, pois importante mesmo é o resultado que vem do esforço que as corporações estão fazendo para implantar uma nova cidadania.

Conclusão

Estudei a migração do discurso da Responsabilidade Social Empresarial do âmbito meramente das publicações corporativas para a mídia, especificamente para o jornalismo, chegando à conclusão, a partir da análise de três veículos criados pela grande imprensa para tratar do assunto, que estamos diante de palavras de ordem, no conceito proposto por Deleuze e Guattari.

Outras conclusões extraídas nesta investigação foram a postura didática dos produtos midiáticos analisados, que trabalham pela pedagogia da responsabilidade social; o papel coadjuvante atribuído ao Estado, mesmo em atribuições que são constitucionalmente deste Ente; a forte influência do jornalismo econômico no estilo redacional e a ausência de voz aos beneficiados pelos programas retratados.

[56] Um ponto comum tanto ao Valor quanto a O Globo é o uso intenso de fotos de divulgação. Raramente algum fotógrafo da casa assina as fotografias. Nenhum dos dois possui fotógrafos exclusivos para seus suplementos.

Ao considerar o tema da Responsabilidade Social Empresarial como uma pauta jornalística, os veículos de comunicação de massa vão muito além do tratamento noticioso para o assunto: assumem o discurso, averbando-o e reproduzindo-o. A mídia passa a pautar a sociedade, estabelecendo a responsabilidade social empresarial como um projeto a ser disseminado.

Se as fronteiras entre público e privado estão erodidas e confusas, o que podemos verificar é que os veículos da grande imprensa que formularam produtos específicos para abordar o tema da responsabilidade social terminam por construir novas barreiras. Faz parte de suas preocupações editoriais definir responsabilidade social – atribuindo legitimidade a ações corporativas, fornecendo definições, dando espaço a vozes empresariais para estabelecer um conceito comum.

Esta migração não se faz sem contaminação: traz em si todo o referencial político-ideológico que sustenta a atuação empresarial no campo social. A análise desses três veículos nos coloca diante de um processo de legitimação da estratégia das empresas enquanto atores sociais que se auto-atribuem um papel essencial no cenário de reorganização da agenda das políticas públicas brasileiras. O que estamos lendo nas entrelinhas dos textos jornalísticos cuja pauta é a responsabilidade social empresarial é a louvação da eficiência da corporação, que se traduz em eficácia: somos todos levados a crer que empresarial é mais legal.

Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisã seguido de A influência do jornalismo e Os jogos Olímpicos*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.

BOURDIEU, Pierre. *Contrafogos*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1998.

CAIAFA, Janice. *Nosso Século XXI: notas sobre arte, técnica e poderes*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec/Annablume, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização, as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores, 1999

BEGHIN, Nathalie. *A Filantropia Empresarial: nem caridade, nem direito*. São Paulo, Cortez, 2005

BICALHO, Aline et al. *Responsabilidade Social das Empresas e Comunicação. Responsabilidade social das empresas*. São Paulo: Peirópolis, 2003.

DELEUZE, Gilles. *Pos-Scriptum Sobre as Sociedades de Controle. Conversações: 1972-1990*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

DELEUZE, Gilles e GUATTARI, Félix. 20 de novembro de 1923. *Postulados da Lingüística*. Mil Platôs, vol. 2. Rio de Janeiro: editora 34, 1995.

DUPAS, Gilberto. *Tensões contemporâneas entre o Público e o Privado*. São Paulo, Paz e Terra, 2003.

ETHOS. *Prêmio Ethos de Jornalismo*. 2006. Disponível em www.ethos.org.br.

FAIRCLOUG, Norman. *Discurso e Mudança Social*. Brasília:UNB,2001

FERREIRA, Jairo. *Mídia, jornalismo e sociedade: a herança normalizada de Bourdieu*. In Estudos em Jornalismo Vol. II nº. 1 1º semestre de 2005 , Insular: Florianópolis, p. 37)

GARCIA, Joana. *O negócio do social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. *Micropolítica. Cartografias do Desejo*. Petrópolis: Vozes, 1986.

GUATTARI, Félix. De la production de subjectivité. *Revue Chimères* nº 4, hiver 1987. Paris.

GUATTARI, Félix. Revolução molecular: pulsações políticas do desejo. São Paulo: Brasiliense, 1987.

IBGE As Fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil: 2002. Estudo realizado em parceria com IPEA, ABONG e GIFE. Estudos e pesquisas. *Informação Econômica*, n. 4 Rio de Janeiro : IBGE, 2004. 148p.

HABERMAS, Jürgen. *A mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. Bauru: Edusc, 2001.

KOTLER, Philip e ARMOSTRONG, Gary. *Princípios de Marketing*. Prentice Hall do Brasil, Rio de Janeiro, RJ, 1998.

LAGE, Nilson. *Estrutura da Notícia*. São Paulo: Ática, 2004

MURAD, Eduardo Guerra. *Comunicação e cultura na responsabilidade social corporativa*. Dissertação de mestrado apresentada à Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2005. Não publicada.

NEVES, Lucia Maria Wanderley. *A Nova Pedagogia da Hegemonia. Estratégias do Capital para educar o consenso*. São Paulo: Xamã, 2005

PAGLIANO et al. *Marketing social: O novo mandamento para as empresas*. Estudos Brasileiros de Marketing. Rio de Janeiro: Ibmec, 1999.

PELIANO, Anna Maria T. Medeiros; BEGHIN, Nathalie. *A iniciativa privada e o espírito público: um retrato da ação social das empresas no Brasil*. Brasília: Ipea, 2003

RAMONET, Ignacio. *A tirania da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001

Revista ANJ. Publicação on-line da Associação Nacional dos Jornais. Brasília: 2005.

Revista Imprensa. São Paulo: Imprensa Editorial, edição 163, agosto 2001.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do Espelho. Uma teoria da comunicação linear e em rede.* Petrópolis: Vozes: 2002

VIDAL, Delcia M M de. *Jornalismo da Boa Notícia. Cidadania e Noticiabilidade.* Dissertação de mestrado apresentada à Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2003. Não publicada.

WALLERSTEIN, Immanuel. *O declínio do poder americano: os Estados Unidos em um mundo caótico*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2004.

Digitalização, flexibilidade e reordenação dos processos jornalísticos

César Ricardo Siqueira Bolaño (Universidade Federal de Sergipe – UFS)

bolano@ufs.br

Valério Cruz Brittos (Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS)

val.bri@terra.com.br

Sumário

O objetivo deste texto é fornecer alguns elementos para a sistematização de um modelo teórico e analítico para o estudo do jornalismo *online*, considerando-o como um dos vetores da convergência audiovisual-informática-telecomunicações, que se realiza na internet, elemento chave do processo de digitalização geral do mundo, fruto da mudança estrutural por que passa o capitalismo desde o início da crise dos anos 70 do século passado. Para isso, realiza-se uma abordagem a partir da Economia Política da Comunicação, discutindo a reorganização do mundo jornalístico, tendo em vista a passagem para o patamar digital

Introdução

Com a digitalização, os processos midiáticos, em geral, são alterados, tanto no que se refere à organização dos mercados culturais, quanto às rotinas empresariais, à criação, produção e disponibilização de conteúdos, quanto à relação com os consumidores. Ao lado do potencial que tem o desenvolvimento tecnológico, de criação de novas estruturas, mercados, indústrias, trajetórias tecnológicas (concorrência intermídia), há uma série de decorrências que devem ser analisadas, notadamente envolvendo o ingresso de novos agentes relevantes, aliados ou não a outros, não hegemônicos, já presentes em um determinado mercado ou setor já existente, com potencial de desestabilização (concorrência intramídia).

A convergência tecnológica estimula fusões e acordos entre corporações, gerando novos negócios e,

inclusive, provocando a necessidade de convivência entre modelos de gestão. Enquanto grupos empresariais buscam potencializar seus arquivos, digitalizando-os, atores não-hegemônicos tentam, através da digitalização, alterar a arena midiática. Para ambos, o conteúdo jornalístico funciona como instrumento importante para a atração e fidelização do público.

Progressivamente, a partir de 1995, quando se abriu o período de explosão da internet comercial, com a linguagem HTML (Hypertext Markup Language) servindo de base para a maioria dos sítios, a notícia, segmentada ou generalista, da própria organização, de um dado setor, de uma cidade, ou de tudo um pouco, tem sido um recurso importante para conquistar acessos regulares, o que pode redundar em verbas de publicidade, cada vez mais presentes na rede, perante o aperfeiçoamento dos processos de mensuração da audiência.

Isso é imprescindível para o mercado publicitário, que busca o maior retorno a partir do menor custo por mil possível, premido pelos enxugamentos generalizados de verbas, num momento, como o atual, de reestruturação empresarial generalizada. O controle do número de acessos e outros dados facilmente disponíveis para os veículos digitais aumentam sua credibilidade junto aos clientes. A publicidade *online* permite inclusive a condução do internauta à própria página do anunciante, além de conhecer o seu tempo de exposição à peça.

O jornalismo é um produto histórico, resultado de influências econômicas, políticas, tecnológicas e sociais. Sendo assim, tem sido alterado através do tempo, como produto transversal, adequável às várias mídias, o que o fez passar do impresso para o rádio, depois para a TV e agora para a internet, não esquecendo o jornalismo cinematográfico, para não falar em todo o cinema documentário. A mídia impressa, especificamente, passou, ao longo do tempo, de eminentemente política a empresarial, centrando-se mais na cobertura dos fatos cotidianos e menos interessada no chamado artigo de fundo, voltando-se para públicos mais focados.

Mais recentemente, as empresas jornalísticas buscam formas de rentabilização heterodoxas, centradas na distribuição de outras mercadorias, como revistas, vídeos, livros, CDs, DVDs, coleções de selos, brinquedos ou moedas. A situação pode parecer esdrúxula, mas encontra uma explicação

simples e clara na teoria do ciclo de vida dos produtos, aplicada aos bens culturais (SALAÜN, 1989): a imprensa é uma indústria velha, em fase de declínio, dominada pela distribuição, que se vale do controle que tem sobre as redes capilarizadas de venda direta ao público para comportar-se muitas vezes mais como capital comercial do que industrial.

Economia política e jornalismo on-line

Outro fenômeno afeta também o setor: a sua passagem para o patamar digital. A informatização da imprensa brasileira, por exemplo, teve seu maior impulso nos anos 80 do século XX, espalhando-se para quase todos os veículos na década seguinte. O primeiro jornal brasileiro a informatizar suas redações, no começo daquele decênio, foi a *Folha de S. Paulo*. Em todo o mundo, a chegada dos computadores à mídia impressa implicou logo em reduções de quadros funcionais, levando a demissões, primeiramente de profissionais como montadores e revisores.

Além da informatização da redação e dos processos produtivos em geral do jornalismo impresso, radialístico e televisivo, os principais veículos desses meios incorporaram a internet como espaço de monitoramento e mesmo de visibilidade de suas organizações e estratégias, contando com sítios próprios, onde não só reproduzem parte dos materiais já disponibilizados em seus canais tradicionais, mas também ofertam conteúdos diferenciados, sobre a organização, suas atrações e também gerais, em certos casos. No caso dos jornais, a questão é mais complexa e a mudança de maior monta, ainda que não necessariamente o *on-line* substitua o impresso, embora sempre o reposicione, já que as duas mídias passam a conviver.

Mais do que a teoria do ciclo de vida, vale aqui a das trajetórias tecnológicas, aplicada às indústrias culturais. Há muita versão na internet de jornais impressos, mas, ao lado disso, o jornalismo *on-line*, como conteúdo capaz de exercer forte atrativo para o público, também tem sido incorporado por um conjunto de sítios e portais com origem não jornalística. Deve-se acrescentar ainda o fenômeno dos

blogs e de um conjunto de periódicos que sobrevivem exclusivamente na internet, via de regra voltados a tópicos de interesse específico. Tudo isso torna bastante complexa a tarefa de traçar classificações e periodizações, questão que é retomada posteriormente neste artigo.

Não só os resultados, mas os padrões de produção cultural são afetados pela nova dinâmica da produção jornalística, requerendo, de um mesmo profissional, habilidades para manipular formatos diferentes no tratamento de uma temática. Relativamente ao jornalismo, a passagem para o *online* também acarreta mudanças, representando a digitalização a convergência de vários formatos (vídeo, áudio, texto) numa solução tecnológica para a distribuição de um produto único, o que requer capacidade ampliada para processar todos esses materiais.

Flexibilidade é a palavra de ordem no mundo dos negócios de hoje. O jornalismo digital amplia "o rumo atual da flexibilização em geral, que, espraiandando-se sobre todos os setores da vida social, incluindo sociabilidade, política e emprego, chega à produção e consumo comunicacional, imbricando-se tecnologias, formas organizacionais, meios e formas de recepção" (BRITTOS, 2006).

O jornalista *on-line*, por exemplo, pode ser um profissional capaz de transportar as informações de outras mídias para a *web*, mas também alguém que simultaneamente atue em vários meios, uma característica solicitada pelos conglomerados com negócios em vários setores culturais. Assim:

> Há uma forte flexibilização do trabalho e uma tendência ao apagamento das fronteiras entre as especialidades jornalísticas, com o repórter exercendo, por exemplo, a função de fotógrafo. As atividades próprias do jornalista vão-se, assim, de um modo geral, esvaziando, sendo simplificadas, enquanto outras, antes ligadas a áreas como a informática, ganham relevância e passam a fazer parte das ferramentas intelectuais que o jornalista é obrigado a dominar. O resultado é um amplo processo de desqualificação e re-qualificação, em detrimento do instrumental crítico, anteriormente vinculado à formação desses profissionais (Bolaño, 2006).[i]

A não limitação de espaços para ocupar com conteúdos e de horários para o fechamento de edições (o *deadline* convencional) ampliam a flexibilidade do tempo de trabalho do jornalista. Mesmo não havendo, em princípio, limites de espaço nas plataformas digitais, permanece a exigência de recursos necessários para garantir o volume e a qualidade do serviço, inclusive no que se refere ao aperfeiçoamento da convergência e das relações de interação com o consumidor. Além do mais, há horários específicos de maior interesse em disponibilizar conteúdos, variando quanto ao tipo e quantidade de material, ou hábitos de audiência, o que impede a inovação constante, nas atuais condições de desenvolvimento dos sistemas de jornalismo *on-line*.

A maioria dos espaços jornalísticos digitais funciona muito mais como lugares para a disponibilização de informações já apuradas por outros meios, não raro do mesmo conglomerado empresarial. O trabalho desses novos veículos tem sido muito mais o de reaproveitamento de informações, que são apenas tratadas para sua utilização na internet.[ii] A reciclagem de textos passa a ser amplamente utilizada, o que, segundo Steinberger (2006), insere a informação jornalística em "uma cadeia de reconversões do valor de troca especialmente larga e veloz, em seu potencial de propagação". Esse fenômeno não foi inaugurado pela internet, como demonstra a atuação de emissoras de rádio interioranas, mas é expandido com a digitalização, pelo acesso aos materiais alheios, pela facilidade de fazer a transposição e pela escassez de profissionais para dar conta do preenchimento de todos os espaços com celeridade.

Limitações e experiências

Ao mesmo tempo, se a internet tornou-se um importante recurso de informação para o jornalismo em geral, inclusive pela possibilidade de acesso às fontes através do correio eletrônico, também resulta em conseqüências negativas qualitativas, não por alguma característica inata desta

tecnologia, mas pela forma como é incorporada nas organizações midiáticas. Conforme Fernando Correia (2006, p. 116), com a internet "abriram-se também as portas para o 'esquecimento' da prática do contraditório e da configuração das fontes, assim como para a sedentarização profissional e o reforço do 'jornalismo sentado'".

A imprensa *on-line* apresenta um conjunto de mudanças na forma de organização empresarial, na sua relação com o mercado em geral e com as rotinas de trabalho. Algumas se destacam como inerentes ao momento atual das indústrias culturais, inseridas nesta fase do desenvolvimento capitalista. Um desses traços é a interatividade, que repercute no fazer jornalístico, na participação do público (que é chamado a colaborar fornecendo conteúdos) e na possibilidade de rentabilização.[iii]

Estudando o caso dos jornais *on-line* de Sergipe, Danielle Souza (2005) aponta, na prática cotidiana dessas empresas, o acúmulo de atividades por parte de um mesmo profissional, a exploração das possibilidades de sinergia entre diferentes meios e a predominância de estratégias de redução de custos, com a incorporação de estagiários. Estes, na prática, desenvolvem atividades de profissionais, funcionando como mão de obra barata, atuando em equipes cada vez mais reduzidas, onde todos têm que fazer de tudo um pouco, em algum momento. Para fugir dos regramentos do ofício, jornalistas e outros profissionais são agrupados sob a denominação genérica de produtores de conteúdo.

Se os custos de produção e difusão de notícias são reduzidos, por não haver gastos com compra de papel, estrutura industrial e distribuição em rede física, isso não corresponde a uma igualação de condições de competitividade, entre agentes de tamanhos e forças diversas. Nesse caso, o que ganha um papel preponderante são os arquivos, os profissionais renomados e as sinergias entre empresas de um mesmo conglomerado, que garantem conteúdos, jornalísticos inclusive, de fácil reconhecimento pelo público, o qual identifica um valor superior nesses materiais, motivo para consumi-los, em detrimento de outros.

Claro, no caso da internet, pela facilidade de navegação, no imenso mar de sítios disponíveis, a

fidelização é relativa, podendo haver mudanças rápidas. No entanto, não há dúvida de que o retorno aos sítios de organizações com tradição midiática é mais constante, fator que deve ser analisado juntamente com o papel dos portais de busca e das relações entre os sítios (através de *links*). A própria marca (Globo, CNN, etc.) vale como reputação, sendo a vantagem de precedência um sinal de distinção nesse ramo de negócios também.

É no âmbito dessa problemática que devem ser analisados os *blogs*, assim classificados por Raquel Recuero (2003):

> Muitas vezes, os weblogs atuam como "diários virtuais", limitando-se a relatar as experiências pessoais do dia-a-dia de alguém. Em outras, são um apanhado de informações coletadas do ciberespaço, simplesmente "linkadas" e comentadas. Em outras tantas ainda, são tentativas de ficções. Em outras ainda, uma espécie de "revista eletrônica", mesclando informações variadas discutidas do ponto de vista crítico do autor. Muitas vezes ainda, os weblogs são uma mescla de todos esses estilos. Alguns weblogs são escritos através de várias mãos (embora todas devidamente identificadas). Outros são escritos apenas por um autor. Como se vê, trata-se de um fenômeno extremamente complexo. [...] Os weblogs, inicialmente identificados como uma nova tendência de diarismo na Internet, entretanto, têm representado uma violenta quebra de paradigmas no jornalismo e o mais importante: têm influenciado muito a maneira através da qual o jornalismo é praticado.

Conforme André Lemos (2002), os *blogs* oferecem um fluxo de comunicação alternativo ao das mídias de massa, de modo que "a Internet serve, assim, como uma forma de escoamento de discursos pessoais que foram há muito tempo inibidos pelos *mass media*". Não obstante, é sabido que os *blogs* têm sido cada vez mais incorporados pelas indústrias culturais, que abrem espaços para análises detalhadas e informações pormenorizadas de seus jornalistas, estabelecendo *links* a partir de seus portais, desta maneira agregando valor a eles. Jornais como o brasileiro *O Globo*, do

conglomerado Organizações Roberto Marinho, contam com 32 *blogs*, onde alguns de seus colunistas tratam de suas especialidades, diferencial que é anunciado nas próprias páginas da publicação, o que atesta a captura desse recurso pela mídia hegemônica, como, aliás, tem ocorrido com toda a internet, a qual assimila cada vez mais a forma das indústrias culturais.

Os *blogs* independentes e espaços alternativos em geral têm, evidentemente, mais liberdade para ousar, inovando nos modos comunicativos e revelando-se menos influenciados pelos formatos tradicionais das indústrias culturais, até porque seus realizadores não vêm desta tradição. Por isso, tendem a ser acompanhados com atenção, pois funcionam como laboratórios, sendo suas práticas mais exitosas copiadas e adaptadas pelos meios hegemônicos no espaço dito virtual.

Na verdade, o uso das experiências alternativas como laboratório pelas grandes companhias é um traço comum na história das indústrias culturais. Nos setores de edição, especialmente o cinema e a edição fonográfica, a estrutura de mercado típica é caracterizada pela existência, ao lado de um número extremamente reduzido de *majors*, de um enorme contingente de pequenas empresas que assumem os riscos da inovação. O fenômeno é normalmente considerado, pela Economia Política da Comunicação (EPC), como conseqüência da dinâmica inovação-estandardização, decorrente da aleatoriedade, característica fundamental das indústrias culturais.[iv]

Também é possível interpretá-lo, de forma semelhante ao que ocorre com os *softwares* livres, como produção de conhecimento ou informação realizada fora dos mecanismos convencionais do mercado de trabalho, apontando, é certo, para um modo de produção alternativo e, portanto, para a superação da exploração capitalista da força de trabalho intelectual, mas que serve, concretamente, nas condições atuais, para reduzir os custos salariais com os quais a empresa teria que arcar caso incorporasse aquela produção alternativa, subsumindo realmente o trabalho intelectual em questão. Fica clara por um lado, a contradição, inerente ao desenvolvimento capitalista, entre o avanço das forças produtivas, com seu potencial liberador, e a manutenção, em essência, das relações de produção alienadas. Assim, nos espaços alternativos do jornalismo *on-line*, ao maior controle dos processos produtivos por parte do jornalista, que lhe garante maior liberdade para criar, corresponde

carga superior de trabalho, tendo que dominar mecanismos como programação básica para construção de páginas *web* e produção digital de áudio e vídeo, características crescentemente exigidas pelos grandes portais.

Foi desencadeado tempo de enriquecimento e intensificação da exploração, exercida sobre o trabalho cultural, comunicacional, informacional, criativo, intelectual. Ampliam-se as potências do Homem e, progressivamente, reduzem-se os poderes dos homens, submetendo-os mais ainda, em todos os níveis da sociabilidade, às imposições do sistema de dominação do capital. Isto tem a ver, por outro lado, com a característica do atual desenvolvimento das redes, que articula lógicas mercantis e não mercantis, para reduzir custos salariais, o que se traduz em formas renovadas de acumulação primitiva do conhecimento.

Classificações e periodizações

Os estudos de jornalismo fazem periodizações específicas. Cita-se a de Pavlik (2001), que fala em três fases: "na primeira, dominam os sítios que publicam o material editorial produzido, em primeira mão, para as edições em outros meios" ("modelo-mãe"); na segunda, os jornalistas usam o *hyperlink* para ampliar a chamada interatividade e criam conteúdos originais, mobilizando inclusive a criatividade do público. Segundo se depreende da descrição que faz Luciana Mielniczuk (2003, p. 46), o jornalismo *online* está entrando em uma nova fase, caracterizada pela "produção de conteúdos noticiosos originais desenvolvidos especificamente para a *web*, como o reconhecimento desta como novo meio de comunicação".

Interessante, mas não vale como periodização. Qual a lógica dessa seqüência de fases? Na verdade, vive-se um momento único de construção de algo em nível global na área do jornalismo. O quê? A definição da terceira fase aponta para a idéia de constituição de uma nova trajetória tecnológica, uma indústria cultural nova, em concorrência com as anteriores, mas todos sabem que se trata de

algo muito mais complexo.

Não se pode, evidentemente, falar em gerações, para um arco de tempo tão curto. Afonso da Silva Júnior (2006) destaca, ao contrário, corretamente, a unidade, representada pela grande influência da forma jornal impresso no jornalismo da internet, o que é justificável, pela história dessa mídia e pelo fato de que os principais espaços informativos na *web* foram implantados por corporações que já atuavam na mídia tradicional: "se dentro do ambiente da Internet, temos a progressão [...], de estágios da criação, adaptação e gestão de conteúdos, vemos que em boa parte a metáfora do jornal impresso persiste enquanto sistema organizacional das informações baseadas em meio eletrônico". Não obstante, de forma progressiva começam a surgir formas alternativas, efetivamente próprias da internet, de disponibilizar conteúdos jornalísticos e de buscar a interação do público, um dos grandes diferenciais da *web*, cujas possibilidades de exploração devem crescer ao longo da expansão tecnológica e do conhecimento propiciado pelo uso da rede. Pondera-se, ainda, que a construção paulatina de sua própria forma organizativa é característica do processo midiático, recordando-se que a TV também copiou o rádio (inclusive no jornalismo) nos seus primeiros anos, até ter suas lógicas firmadas.

No âmbito ainda das classificações que circulam nos estudos de jornalismo, Mark Deuze (2004, p. 164), por exemplo, apresenta uma que tem por base como se processam a interatividade e o conteúdo, classificando o jornalismo *on-line* em: *sites* noticiosos de referência, *sites* de índice e categoria, *sites* de comentários e meta-*sites*, *sites* de partilha e de discussão. Os primeiros são os sítios noticiosos das indústrias culturais estabelecidas, como CNN e Warner. Os segundos são aqueles em que "os jornalistas on-line oferecem *links* aprofundados para outros *sites* na *World Wide Web*, os quais são algumas vezes categorizados e até anotados por equipas editoriais", como Yahoo e Paperboy (Deuze, 2004, p. 166). Na terceira categoria estão os sítios relativos a jornalismo e mídia em geral, a exemplo do Mediachannel e do Observatório da Imprensa. Já os *sites* de partilha e de discussão trabalham essencialmente para o intercâmbio de idéias e relatos, como os centros de mídia independente. Deuze enquadra os *weblogs* como *sites* temáticos ou de comentários (Deuze,

2004, p. 166).

Pode-se sugerir aqui novos instrumentos para a construção de taxonomias e periodização, na perspectiva da EPC defendida e da análise da dinâmica concorrencial dos mercados culturais. Primeiro, lista-se tipos de produtos encontrados na rede, que utilizam o jornalismo:

Versão de periódicos impressos: está na origem do *webjornalismo*, reproduzindo o material jornalístico do produto vendido a assinantes e compradores avulsos, como os sítios do *Jornal do Brasil* (o primeiro a lançar sua versão *online* no país, em 1995) e do *Washington Post*.

Versão de produtos telejornalísticos: disponibiliza programas jornalísticos de televisão, através do material em vídeo. Pode ser complementada com textos escritos originalmente para o próprio produto televisivo. A Globo e a CNN, dentre outros canais televisivos, disponibilizam alguns produtos jornalísticos na internet.

Versão de produtos radiojornalísticos: oferece programas jornalísticos de rádio, em áudio ou texto escrito original. É o caso dos sítios das rádios CBN e Band News, cujas programações são eminentemente jornalísticas.

Jornais eletrônicos: trabalham com atualizações constantes, trazendo sempre as notícias mais recentes. Pode ser uma versão atualizada de um jornal existente como edição impressa, mas na maioria das vezes trata-se de um produto específico para internet, como os mantidos pelos grandes provedores, a exemplo do Terra. Deu-se em 1996 o lançamento do primeiro jornal em tempo real em língua portuguesa da América Latina, o Brasil Online, do Universo Online (Uol), com informações de agências noticiosas e próprias.

Conteúdos jornalísticos de sítios e portais em geral: a maioria dos espaços na internet dispõe informações jornalísticas, de sua área de atuação (um sindicato, por exemplo) ou generalistas, produzidas por equipes próprias ou captadas de páginas de outras organizações, através de mecanismos de captura.

Blogs: são como blocos de notas sobre um tema específico ou diversos. Aqui, analisa-se sua concepção jornalística, mas os *weblogs* podem ter outros conteúdos, como o diário íntimo, que está

na sua origem.

Outra classificação oportuna é aquela ligada às quatro características do jornalismo *online*, reconhecidas por Deuze e Bardoel (2001), interatividade, personalização/customização de conteúdo, hipertextualidade e multimedialidade, às quais Palacios (2003, p. 15-36) acrescenta duas, memória e instantaneidade de acesso/atualização contínua.Estas definições merecem uma ampliação em outra oportunidade.

Considerações finais

Mas o fundamental é que não se pode falar em uma trajetória do *webjornalismo* separada da trajetória da internet, esta ainda em fase extremamente jovem, mas na qual o problema do conteúdo se coloca já como crucial. O *webjornalismo* é parte das possibilidades de solução para esse problema atual da economia política da internet. Um vetor surgido na confluência entre diferentes trajetórias tecnológicas: da imprensa, do radio, da televisão, do acesso a bancos de dados, das diferentes formas de comunicação interativa, todas remetendo a uma história concreta, que tem na digitalização um momento fundamental de ruptura.

A Economia Política da Comunicação oferece essa perspectiva de conjunto da Indústria Cultural e das indústrias culturais particulares nos marcos do capitalismo monopolista e na transição atual do sistema. No concernente a este tema, a idéia de lógicas sociais tem já uma longa tradição,[v] no interior da qual vêm sendo feitos estudos sobre o jornalismo digital.[vi]

No agregado, há já um conjunto de elementos que, apoiados no referencial teórico aqui defendido, e articulado a desenvolvimentos anteriores, expostos em outros trabalhos, permitirão a construção de um rico quadro de análise para o debate não apenas do jornalismo *online*, mas de outros objetos ligados à digitalização geral do mundo, atualmente em curso, vinculada às transformações do sistema no final do século XX e início do XXI. Propôs-se, em outra ocasião, que, para a articulação

geral desse quadro analítico, é importante considerar a convergência e as lógicas sociais por camadas:

> Num nível mais geral, encontra-se a classificação tradicional editorial/onda/imprensa. Logo abaixo, podemos definir os setores da TV segmentada, radio *on line*, ou imprensa *on line*, operadores, na prática, da convergência. Todos estes apresentam uma semelhança com a onda: não oferecem um bem individualizado, mas um conjunto de elementos que podemos classificar, em terceiro lugar, como partes de uma programação, paginação ou algo equivalente (Bolaño, 2006).

Assim, tem-se também um método que garante a coerência do modelo, no interior do qual devem ser pensadas as lógicas sociais, as trajetórias tecnológicas, os ciclos de vida dos produtos culturais e o que é aqui chamado de vetores da convergência. Uma descrição mais detalhada da dinâmica do modelo extrapola os limites deste artigo, ficando para futuras abordagens.

Referências bibliográficas

ALBORNOZ, Luis. **Los diarios *online* de información general**: el caso de los grandes periódicos en español. 2005. Tese (Doutorado em Comunicación Audiovisual y Publicidad) – Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madri.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism**: converging competences of old and new media professionals. Disponível em: <http://home.pscw.nl/deuze/pub/9.htm>. Acesso em: 28 jun. 2001.

BEAUD, Paul; FLICHY, Patrice; SAUVAGE, Monique. Geomètre contre saltimbanque: la prédominance de la programmation dans la télévision française. In: **SOCIOLOGIE de la**

Télévision. France. Paris: Cnet, 1991.

BOLAÑO, César Ricardo. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

_____. Jornalismo Online: reflexões a partir da Economia Política da Comunicação. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, n. 43, jan.-maio 2006. Disponível em: <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=7&s=9&a=60>. Acesso em: 20 maio 2006.

BRITTOS, Valério. **Políticas de comunicação, videodifusão e democracia no Brasil**. São Leopoldo: Unisinos, 2006. Mimeografado.

CINEL, Fabrizzia Bocaccio. **Portais de conteúdo jornalístico na internet sob *o olhar da complexidade***. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

CORREIA, Fernando. **Jornalismo, grupos económicos e democracia**. Lisboa: Caminho, 2006.

DEUZE, Mark. A internet e os seus jornalismos: teoria, pesquisa e estratégia da produção de notícias *on-line*. In: OLIVEIRA, José Manuel Paquete de; CARDOSO, Gustavo Leitão; BARREIROS, José Jorge. **Comunicação, cultura e tecnologias de informação**. Lisboa: Quimera, 2004. p. 161-189.

GOOGLE reinventa publicidade online com vídeos clicáveis. **Telecom Online**, São Paulo, 23 maio 2006. Disponível em: <http://www.telecomonline.com.br/>. Acesso em: 28 maio 2006.

LEMOS, André L. M. A arte da vida: diários pessoais e webcams na internet. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 10., 2002, Rio de Janeiro. **Anais ...** Belo Horizonte: Compós, 2002. 1 CD.

MIÈGE, Bernard; PAJON, Patrick; SALAÜN, Jean-Michel. **L'industrialisation de l'audiovisuel**. Paris: Res. Babel, 1986.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre o jornalismo na web. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. p. 37-54.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003. p. 15-36.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia UP, 2001.

RECUERO, Raquel da Cunha. Warblogs: os blogs, a Guerra do Iraque e o jornalismo online. **Bocc** – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Covilhã, 2003. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/recuero-raquel-war-blogs.pdf >. Acesso em: 3 maio 2006.

SALAÜN, Jean Michel. **A qui appartient la télévision?** Paris: Res-Babel, 1989.

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. A relação das interfaces enquanto mediadoras de conteúdo do jornalismo contemporâneo: agências de notícias como estudo de caso. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 11., 2002, Rio de Janeiro. **Anais do GT Estudos de Jornalismo ...** Porto Alegre: UFRGS, 2005. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2002/silva_jr2002.doc>. Acesso em: 25 maio 2006.

SOUSA, Jorge Pedro. A tolerância dos fotojornalistas portugueses à alteração digital de fotografias jornalísticas. **Bocc** – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Covilhã, 1998. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/_texto.php?html2=sousa-jorge-pedro-qualidade-on-line.html>. Acesso em: 5 maio 2006.

SOUZA, Danielle A. **A internet como suporte jornalístico em Aracaju**: adaptação dos jornais impressos à nova realidade tecnológica e econômica da mídia. 2005. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Centro de Artes, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju.

STEINBERGER, Margarethe Born. El periodista como consumidor de información en la economía de las representaciónes digitales. **Eptic Online** – Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Aracaju, v. 8, n. 2, mayo-ago. 2006. Disponível em: <www.eptic.com.br>. Acesso em: 25 maio 2006.

Perspectiva africana sobre a formação de jornalistas, casos do Senegal e de Cabo Verde

Wlodzimierz Józef Szymaniak (Universidade Jean Piaget de Cabo Verde)

wjs@unipiaget.cv

Sumário

A comunicação comenta a situação actual da formação de jornalistas na África Ocidental nomeadamente em Cabo Verde e no Senegal. Os dois países mencionados apresentam características culturais bem diferentes que influenciam, de forma crucial, a paisagem da comunicação social e, em consequência também o exercício da profissão. A formação de jornalistas, embora siga modelos ocidentais, enfrenta dificuldades de natureza cultural ou social, por vezes surpreendentes sob o ponto de vista europeu.

Abstract

This paper comments on the actual situation of journalistic training in Western Africa, Cape Verde and Senegal as case studies. The two mentioned countries present very different cultural characteristics, in a crucial way, the situation of social communication, and, consequently professional practice as well. The training of journalists, although pursued in the western model, encounters cultural or social difficulties in most cases in an amazing way under the European point of view.

Introdução

A situação da comunicação social em África oferece um campo de observação e de investigação bem diversificado e inspirador devido aos factores culturais, linguísticos e, em último lugar, também políticos.

Os dois países, que formam objecto do presente estudo, caracterizam-se pela estabilidade política, e pela democracia pelo menos no que tange aos aspectos formais. Relativamente à Comunicação Social, após a euforia da independência, optou-se, irreversivelmente, pelo modelo ocidental do jornalismo.

Nos dois países observamos a heterogeneidade da formação de jornalistas, e por um lado observamos o grande número de jornalistas em exercício sem nenhuma formação académica, e por outro lado, grande número de jornalistas formados nas faculdades estrangeiras (França no caso de Senegal, e Portugal e Brasil no caso de Cabo Verde). A formação de jornalistas no país (Université Cheikh Anta Diop em Dakar , ou a Universidade Jean Piaget de Cabo Verde), segue também modelo e as experiências ocidentais. A formação de jornalistas ou de profissionais de comunicação nos dois países encontra problemas bem diferentes.

A grande dificuldade não se situa na formação como tal, baseada quase exclusivamente nos modelos ocidentais, mas na confrontação da aprendizagem com a realidade do país e nas experiências culturais dos discentes. A confrontação que se realiza quer através do contacto quotidiano do formando, como consumidor dos produtos mediáticos, quer durante os estágios profissionalizantes nas redacções onde reinam hábitos de trabalho bem diferentes.

1. Caso de Cabo Verde

Neste país insular o primeiro factor que influencia a formação do jornalista é a ausência da imprensa diária: em Cabo Verde só existem jornais semanários cuja tiragem oscila em redor de 10 mil exemplares[57] na sua totalidade. (*rating* de 2% na população de quase meio milhão de habitantes.) Além de três jornais semanários (paradoxo lexical) existem apenas duas revistas especializadas mensais (uma de economia e uma de cultura). A importação e a distribuição de revistas estrangeiras é insignificante e pouco sistemática[58].

[57] Dados estimativos, publicados pelos editores já que não existe no país nenhum organismo de fiscalização.
[58] Em 2005 fechou o único quiosque na capital do país.

Em consequência um jovem candidato à profissão de jornalista tem pouca bagagem de leitura sistemática de imprensa. O problema mencionado tem a ver directamente com os hábitos de leitura, quase inexistentes num país sem livrarias modernas e sem bibliotecas públicas de qualidade e de alcance à população. As elites satisfazem as suas necessidades culturais viajando para Lisboa, para Fortaleza, ou para as Canárias, ou importando produtos culturais, mas a maioria da população vive e morre sem saber da existência de muitos bens de civilização. Podemos acrescentar que o analfabetismo abrange a quarta parte da população (dados do Instituto Nacional de Estatística, 2000).

Ultimamente a situação da cultura agravou-se ainda mais devido ao fecho de cinemas, e neste momento não há nenhum cinema em funcionamento no país.

Podemos acrescentar que o estilo de vida dos cabo-verdianos favorece mais o convívio, a conversa como prazer (e não como a troca de informação), a partilha do tempo e do espaço pela família bastante alargada pelos primos, vizinhos e amigos de várias faixas etárias. A leitura, sendo um acto individual que exige um mínimo de concentração e até de isolamento, dificilmente encaixa no *modus vivendi* crioulo, onde sempre há crianças por perto, e onde a música popular, frequentemente ao vivo, ocupa um lugar privilegiado.

Por outro lado, os jornais existentes, embora funcionem dentro do mercado livre de informação, não apostam nem no diálogo com o leitor, nem no jornalismo de proximidade, entendido como uma preocupação com a vida quotidiana das populações.

Para "compensar" oferecem ao leitor uma panóplia de extensos artigos de opinião onde os intelectuais, geralmente ostentando o posicionamento político, propõem extensas análises, transformando a página do jornal, que frequentemente é lhes oferecida na íntegra, em tribuna de especulações individuais.

Contudo a opinião pública atribui claramente as conotações políticas aos três jornais existentes (um do Estado e dois privados). Acontecem também declarações dos políticos dirigidas manifestamente contra notícias ou políticas editoriais. Portanto o número ínfimo de leitores resulta por um lado da

falta de hábitos de leitura, sendo, por outro lado, consequência da politização exagerada do jornalismo. Este estado de coisas provoca posturas de desconfiança dos potenciais leitores que simplesmente não compram jornais. Como não existe a função de provedor, o leitor está ainda mais afastado e desamparado, e considera que a imprensa é o domínio das elites políticas e não do cidadão comum.

A panorâmica é mais optimista nos meios audiovisuais. Comecemos pela rádio. Neste momento em Cabo Verde, além da RCV e da Rádio Educativa, que pertencem ao Estado, existem seis estações privadas e duas rádios comunitárias. Embora a programação deles seja virada para a música e para o *infotainment,* observamos uma maior preocupação pela vida quotidiana das populações. Fenómeno bem visível no caso de rádios comunitárias onde há um diálogo constante com ouvintes através do telefone. Uma grande sensibilidade musical da população favorece o crescimento das audiências da rádio e a diversificação da programação. Como observou Amadou Ba (2003: 116) o fenómeno da rádio de proximidade encontrou em África um terreno particularmente fértil, e geralmente o desenvolvimento das pequenas emissoras ultrapassava as medidas legais nos respectivos países. Relativamente à formação dos quadros das rádios comunitárias, o modelo mais frequente são acções de formação propostas pelas ONGs assim como muita prática radiofónica. A relativa facilidade da rádio como meio de comunicação reside também na capacidade de absorção fácil de línguas africanas, quer dizer crioulo em Cabo Verde (cuja norma escrita apenas existe mas não é ensinada nas escolas) ou wolof , serere, bambará, mandinga, fula e outras no Senegal.

Relativamente aos meios electrónicos em Cabo Verde existem alguns jornais on-line, mas há pouca densidade das redes informáticas, só 2,3% dos lares contam com um computador conectado à rede[59], (PNUD, 2004: 54) relacionada com o monopólio da CVtelecom, como o único fornecedor de acesso à Internet, dificulta a expansão de novas tecnologias. Apesar das dificuldades

[59] Dados do relatório de PNUD2004 relativas ao ano 2003, portanto já desactualizados.

mencionadas observamos um crescimento notável do sector, e mesmo a curto prazo, não é difícil prever a diversificação rápida de serviços de jornalismo on-line.

Outra parcela da paisagem mediática, onde estamos a observar, neste momento, uma verdadeira transformação, é a televisão, com surgimento de canais privados. No momento de escrever estas palavras está a decorrer o concurso para atribuição de licenças de emissão televisiva em sinal aberto.

Recapitulando, com o desenvolvimento sistemático de meios audiovisuais e on-line as perspectivas de empregabilidade dos actuais formandos são relativamente boas. As principais dificuldades de formação têm a ver principalmente com a falta de hábitos de leitura, ausência de bibliotecas (gerais e especializadas), fraca oferta de produtos culturais (com a excepção da música), ausência total de cinemas, baixo nível de domínio de registo culto da língua portuguesa (a comunicação do dia-a-dia decorre em crioulo, reduzido ao código restrito).

2. Caso do Senegal

No caso deste país da costa ocidental africana a situação é bem diferente, e os problemas situam-se em domínios diferentes dos que referimos em Cabo Verde. O primeiro aspecto que determina a especificidade do país é a religião. Embora formalmente O Senegal seja um país leigo, a religião é um factor incontornável na vivência das populações e nas atitudes dos executivos. Como observou Ndiaga Loum (2003: 158) as elites caracterizam- se pela formação ocidental ou ocidentalizada, mas sempre tomam em conta a influência da religião nas camadas populares. No caso de formandos em jornalismo, a formação desenvolve-se nos moldes europeus ou mesmo na Europa (predominantemente em França) e quase inexistentes são casos de estudos em comunicação nos países árabes[60]. Mas o funcionamento do sistema mediático e as rotinas nas redacções diferem bastante do ocidente.

Por outro lado, a influência do Islão na vida das populações tem também efeito nos hábitos culturais. No caso do Islão a mais visível é o valor dado à escrita e à leitura. Podemos lembrar que

[60] Mais frequentes são senegaleses que vão estudar nos países árabes teologia islâmica, literatura ou medicina.

cada mesquita tem também a biblioteca como elemento obrigatório. A educação na escola corânica, embora baseada nas metodologias tradicionais de ensino, também contribui para a criação de hábitos de leitura. A doutrina, associa, de modo muito visível, a religiosidade com o estudo. Quer dizer, a leitura dos textos sagrados é uma condição *sine qua non* da salvação e não pode ser contornada através das experiência místicas.

Em consequência, no Senegal podemos encontrar por todo o lado bancas de jornais e revistas quer nacionais quer estrangeiras. Existem vários jornais diários e a leitura de imprensa não é uma actividade reservada às elites. No caso das revistas é preciso sublinhar o peso da *Amina*, destinada às mulheres e que existe no mercado há mais de trinta anos. A originalidade da revista reside principalmente na atribuição da voz à mulher africana, raramente ouvida, mas não desprovida de bom senso que tantas vezes escasseia nos "grandes" políticos. A atractividade da revista baseia-se na simplicidade dos conteúdos, ausência da especulação política, estética do layout, conselhos práticos (*c.f.* Perret, 2005: 62). Grosso modo, a revista é concebida para proporcionar um momento de lazer, a uma senhora, frequentemente muito atarefada. Os fracos recursos económicos não significam falta de interesse pela modernidade ou pela cultura geral.

Curiosamente não existe no Senegal nenhuma rádio confessional islâmica, mas várias estações emitem orações habituais, talvez casos mais paradigmáticos sejam da Rádio Nacional e da Rádio Dunya (privada).

Por outro lado, o Senegal é também palco de um fenómeno religioso e cultural muito particular que é o poder dos marabus, quer dizer líderes religiosos geralmente agrupados dentro das confrarias religiosas (as mais conhecidas são *tidjanyya* e *muridiyya).* Esta forma de religiosidade, embora exista noutros países africanos, manifesta-se no Senegal com uma força e visibilidade particulares. Em consequência, a liberdade de expressão, embora esteja consagrada nas leis, fica seriamente prejudicada pela pressão dos líderes religiosos, que gozam de maior prestígio e maior influência, que os políticos. O muridismo é identificado como a religião nacional. (cf. Loum, op.cit.:167) e muitas vezes serve de compensação emocional às pessoas desiludidas pelas chamadas "políticas de

desenvolvimento". Em África existe também a tendência de personificação de ideias, movimentos ou até religiões. Os seguidores dos marabus fazem uma espécie de juramento de fidelidade (em wolof *jebeulu*) ao mestre que os leva à obrigação de defender o líder em qualquer situação e perante qualquer perigo, e os critérios ocidentais, embora consagrados pela lei, não têm grande valor. Se além disso tomarmos em conta a cumplicidade entre os marabus e as elites políticas, vemos um cenário bastante ameaçador para o funcionamento da liberdade de expressão. O marabu, e as palavras dele pertencem à esfera do sagrado, portanto qualquer contestação equivale a blasfémia. Mas que acontece realmente?

Em primeiro lugar há uma auto-censura forte, às vezes explicada internamente como responsabilidade (cf. Loum *op.cit*., p.213). O jornalista, frequentemente também muçulmano, sente-se mais cómodo se não tocar nos temas tabu, situação mais típica.

Em segundo lugar, e se transgredir a sensibilidade religiosa, criticando as palavras ou os actos do marabu, o jornalista sujeita-se às reacções violentas dos seguidores e ao ostracismo social que inclui, na maioria dos casos, também a família. Recentemente (05 de Maio de 2006) a organização Reportères sans Frontières denunciou um caso de um jornalista, Pape Cheikh Fall, agredido à paulada pelos discípulos de um marabu.

As reacções das autoridades policiais ou jurídicas costumam ser, nesses casos, lentas e completamente ineficientes. Ainda mais preocupante é a falta da solidariedade e da reacção de outros jornalistas e dos gestores dos órgãos de comunicação.

Frequentes são também as ameaças de ordem mística (Loum.*op cit*.: 191), derisórios para um ocidental mas não indiferentes para um africano.

Apesar das dificuldades, podemos considerar optimista o facto que as críticas, embora esporádicas, aparecem e o número tende a crescer. Na maior parte dos casos a crítica dos marabus não tem muito a ver com as questões religiosas mas com o clientelismo político ou com as questões sociais, como é o caso dos talibãos, pequenos alunos das escolas corânicas, obrigados a mendigar para o mestre.

Conclusão

Em jeito de conclusão podemos afirmar que os factores económicos, embora importantes, não constituem uma barreira incontornável para o desenvolvimento da comunicação social na África Ocidental. Enquanto durante decénios a falta de infra-estruturas constituía uma entrave grande, agora já se pode falar de uma infra-estrutura dispersa, mas invisível que são as telemáticas. O contributo é mais do que evidente no que tange a criação de hábitos de leitura (a internet é mais um meio escrito que audio-visual), e na criação de novos *ágora,* muito resistentes às tentativas de ingerência de caciques locais.

Bibliografia

BA, A. (2003) "Les radios de proximité en Afrique de l'Ouest" *in* CHEVAL, J.J.(Org.), *Audiences, publics et pratiques radiophoniques.* Pessac: Maison des Sciences de L'Homme d'Aquitaine, pp. 115-128.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATISTICA. (2000), Relatório on-line. Disponível em htttp:// www.ine.cv .Consultado em 11 de Dezembro de 2006.

LOUM, N.(2003), *Les médias et L'État au Sénégal. L'impossible autonomie.* Paris: L'Harmattan.

PERRET, T.(2005), *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone.* Paris: Karthala.

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR LE DÉVELOPPEMENT (2005), *Rapport mondial sur le développement humain.* Paris: Económica.

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR LE DÉVELOPPEMENT (2004), *Relatório Nacional sobre o desenvolvimento humano Cabo Verde- 2004.* Praia: ONU.

O jornal laboratório digital como ferramenta de aprendizado e prática do estudante de Jornalismo

Denis Porto Renó[61] (Universidade Metodista de São Paulo/União de Cursos Superiores COC)

denis.reno@terra.com.br

Caroline Petian Pimenta[62] (Universidade Metodista de São Paulo)

petian@click21.com.br

Resumo

O Jornalismo vive momentos de transformação, e investigações seguem para atender a necessidade do mercado, ou de compreendê-lo. O artigo em questão apresenta os resultados obtidos com o jornal laboratório digital no curso de Jornalismo da UNICOC, em Ribeirão Preto/SP, com alunos cursando 2º. e 4º. semestres, complementando na prática as teorias recebidas em sala de aula e produzindo um jornal digital de qualidade e confiabilidade, preocupado com os compromissos da profissão.

Palavras-chave: Jornalismo, comunicação, educação.

Abstract

The Journalism lives transformation moments and inquiries follow to take care of the necessity of the market, or to understand it. The article in question presents the results gotten with the digital periodical laboratory in the course of Journalism of the UNICOC, in Ribeirão Preto /SP, with pupils attending a course 2º. e 4º. semesters, complementing in practical the theories received in classroom

[61] Graduado em Jornalismo, Mestre em Comunicação Social, doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo - UMESP, pesquisador na linha de Comunicação Especializada, sobre Liguagem e Discurso. Professor dos cursos de Cinema Digital, Mídias Digitais e Radialismo na Universidade Metodista de São Paulo - UMESP, Jornalismo (graduação e pós-graduação) na UNICOC e professor visitante na Univsersidade Técnica Particular de Loja (Equador), onde ministra cursos de Cinema Digital. .

[62] Graduada em Jornalismo, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo - UMESP, pesquisador na linha de Comunicação Especializada, sobre Linguagem e Discurso, bolsista CNPq.

and producing a digital periodical of quality and trustworthiness, worried about the commitments of profession.

Keywords: Journalism, communication, education.

Introdução

O Jornalismo vem sofrendo uma metamorfose em seu formato e em seus métodos desde a chegada da Internet. Simultaneamente, pesquisadores tentam acompanhar, de forma epistemológica e empírica, tais mudanças. Mas as mudanças não ocorrem somente no Jornalismo. A própria sociedade sofre alterações quanto a seu comportamento e, conseqüentemente, às suas exigências referentes ao conteúdo, à linguagem e à participação.

Com as mudanças impostas pelos efeitos da Internet, o Jornalismo vem tentando se encontrar também dentro da academia. A cada dia, novas teorias surgem, desde a construção do texto, com ou sem o *lead* clássico, até a forma como deve ser utilizado o hipertexto, se apenas um complemento de conteúdo ou se ele deve também ampliar a reflexão do ciberleitor através de uma maior reunião de ofertas de dados armazenados e produzidos anteriormente.

Instituições de ensino superior planejam mudar suas grades curriculares, a fim de implantar a disciplina Jornalismo On-line dentro do programa, neste artigo definido por Jornalismo Digital devido à amplitude do tema (o jornalista digital não necessariamente está sempre on-line). Outras, mais conservadoras, apenas transmitem o tema como parte da disciplina de redação jornalística, como se o Jornalismo Digital fosse apenas um braço da profissão que se apropria do ambiente digital para existir, esquecendo-se, portanto, que o Jornalismo Digital possui características próprias e uma oferta de recursos a serem utilizados para construir e dar maior segurança de veracidade ao leitor, através de ferramentas multimidiáticas (áudio, vídeo, gráfico, link, etc). Tal participação das instituições no Jornalismo Digital é defendida por Machado (2003), para quem:

> Sem a formação de mão de obra especializada o jornalismo digital tem pouco futuro porque a pesquisa aplicada coordenada pelos profissionais do campo representa um pré-requisito para a geração da tecnologia que serve como mediadora para todas as relações dentro do jornal como sistema. (Machado, 2003: 48-49)

O estudante de Jornalismo, que ingressa nas instituições atualmente, por sua vez, possui um perfil menos teórico e mais propenso à prática, talvez resultante da sociedade autônoma e dinâmica em que vive. Um mundo onde qualquer pessoa com criatividade, disposição e um mínimo de recurso tecnológico pode ser "dona da informação" por alguns minutos em um *blog*, ou mesmo transformar-se num gestor de informações audiovisuais, com a criação de um *videoblog*, competindo muitas vezes com canais de televisão. Estes, por sua vez, utilizam-se de imagens publicadas na Internet em programas de entretenimento, por enquanto.

O breve artigo em questão apresenta o relato de uma experiência acadêmica iniciada em março de 2006 com a participação de qutro alunos pertencentes ao 2º. semestre e quatro pertencentes ao 4º. semestre do curso de Jornalismo da UNICOC, em Ribeirão Preto, interior de São Paulo, no projeto do jornal laboratório Novo Formato, nome este criado pela turma de formandos de 2005 por acreditarem que o Jornalismo Digital oferece, de fato, um novo formato de Jornalismo, com características e métodos específicos, além de preocupações que se assemelham com a de vários veículos, simultaneamente. Trata-se de uma reflexão baseada num breve estudo de caso dos resultados obtidos no primeiro ano de atividade, além de características referentes às evoluções apresentadas pelos alunos durante este período.

1. Os primeiros passos estruturais

Antes de começar os trabalhos, foi necessário desenvolver um portal de notícias com uma estrutura tecnológica que oferecesse aos alunos um método de trabalho igual ao dos profissionais de grandes portais, com a utilização de programas para publicação das matérias e a adoção de fotos, vídeos e

hipertextos nas mesmas. Para isso, desenvolveu-se um programa publicador próprio com tecnologia de banco de dados e a própria Internet como ambiente, ou seja, o aluno pode publicar a notícia de sua residência, se quiser. Ao mesmo tempo, tornou possível a criação de novos usuários e suas senhas pelo professor da disciplina, assim como novas editorias. A autonomia na definição de editorias pelo Jornalismo digital é fundamental, pois o mesmo possui possibilidades maiores do que os ambientes tradicionais. Para Fidalgo (2004):

> É compreensível que a organização de um jornal impresso apenas possa orientar-se por pouco mais do que uma classificação temática das notícias, embora as secções ou cadernos locais sigam uma classificação de localidade e não tanto de temática. Contudo, nada obsta a que um jornal on-line se possa dividir e organizar num muitíssimo maior número de classificações que o jornal impresso. (Fidalgo, 2004: 181)

A teoria do pesquisador português Antonio Fidalgo reforça a necessidade de um dinamismo maior na estruturação de jornais digitais, que sofrem constantes mudanças até mesmo em seus métodos de trabalho, por pertencerem a um ambiente comunicacional novo e em processo de solidificação. Tais recursos foram planejados previamente para o funcionamento do jornal laboratório Novo Formato a fim de evitar problemas encontrados por jornais laboratórios apresentados por pesquisadores de outras instituições de ensino superior. O maior deles encontrado refere-se à dependência de professores e pesquisadores aos gestores de tecnologia. Ainda, de acordo com as teorias de Fidalgo (2004):

> As possibilidades existem de um novo jornalismo eletrônico em que a organização do jornal se faz, desfaz e refaz de acordo com os critérios de consulta do leitor. O que se passa no entanto é que a larga maioria dos jornais on-line ainda não funciona sobre base de dados.

> E aqui há que não confundir de modo algum hipertexto com base de dados. (Fidalgo, 2004: 181)

Outra preocupação levada em conta no projeto do jornal digital Novo formato foi a distribuição das notícias. Cada editoria possui sua matéria de capa, com destaque de foto perante as outras da mesma editoria, que não apresentam fotos em destaque, salvo quando abertas para leitura. Porém, independente da distribuição por editorias, existe o acesso à página principal, onde existe uma matéria da capa geral e todas as outras matérias destacadas por ordem de publicação, ou seja, quanto mais antiga, mais abaixo elas são apresentadas na relação de matérias. Essa teoria de distribuição também é defendida para Fidalgo (2004), para quem:

> Existem jornais on-line, sobretudo os que são exclusivos do novo meio, isto é, sem uma versão impressa, que se caracterizam por logo na página inicial de acesso terem um índice de todas as notícias, agrupando as notícias também por temas, política, economia, desporto, etc., mas listando simultaneamente todos os títulos das notícias das diferentes secções. (Fidalgo, 2004: 184-185)

Com a exposição dos títulos das matérias logo na primeira página, tornou-se possível a divulgação de todo o conteúdo existente. Com isso, o jornal laboratório Novo Formato permitiu que seus leitores eletrônicos pudessem buscar informações de interesse e ao mesmo tempo permitiu que todas as matérias desenvolvidas pelos alunos tivessem destaque de publicação.

A elaboração de um jornal laboratório digital ainda não é exigido pelo MEC, mas pelo mercado. Para o professor Carlos Alberto Di Franco (1995: 77) essa exigência se explica porque “os empresários do futuro terão de se esmerar em contratar e reter as melhores cabeças. As empresas estão deixando de ser *manufauras* para se tornar *mentefaturas*. Estamos entrando na era da qualidade”. Diversos pesquisadores acreditam que a criação destes espaços de aprendizado é parte

do papel de toda instituição de ensino superior que se propõe a formar novos jornalistas. Para o pesquisador Elias Machado (2003), é preciso se preparar para essa inevitável necessidade acadêmica. Segundo ele:

> Para cumprir com a função de geradora de conhecimento, de tecnologias e centro de formação de profissionais especializados, a estrutura das escolas de jornalismo necessita prever laboratórios de natureza diferenciada. Um primeiro tipo dedicado à pesquisa aplicada para o desenvolvimento de protótipos tecnológicos pelos professores pesquisadores em conjunto com os alunos e em parceria com as empresas jornalísticas de cada ligar. O segundo tipo assume a missão de treinar os futuros jornalistas no domínio das técnicas consideradas padrão para o exercício da profissão nas sociedades contemporâneas em qualquer suporte, além de servir como espaço para uma primeira experimentação dos protótipos tecnológicos criados nos laboratórios de pesquisa. (Machado, 2003: 50)

O jornal laboratório Novo Formato foi desenvolvido durante as aulas da disciplina Jornalismo On-line da instituição. As discussões iniciais e a experimentação da distribuição de conteúdo, assim como as ferramentas básicas necessárias, foram testadas através da criação de um *blog*. Com o resultado deste primeiro período de experimentação, definiu-se o formato do jornal laboratório, assim como os recursos necessários para que ele pudesse ser colocado em prática, tanto no quesito formatação quanto na oferta de recursos de organização, publicação e autonomia.

2. Os métodos de trabalho

Os trabalhos com os alunos começaram de forma modesta, pois 50% deles acabara de ingressar no curso, e o restante iniciara o terceiro semestre, ambos desconhecendo muitos dos princípios e dos métodos jornalísticos. A discussão sobre o papel do jornalista, que provoca confusão mesmo em ambientes acadêmicos, ainda era novidade para este grupo. Por unanimidade, o compromisso com a

verdade surgiu no grupo, mas nenhum deles sabia de fato que verdade era essa, junto à confusão sobre o que é notícia. Erbolato (2003) discute muito bem a relação entre o que é e o que não é uma noticia. Para o autor, a notícia deve ser recente, inédita, verdadeira, objetiva e de interesse público. Do contrário, não pode ser definida como notícia. Segundo ele:

> As notícias são comunicações sobre fatos novos que surgem na luta pela existência do indivíduo e da própria sociedade. A imprensa investe capitais enormes, contrata jornalistas e técnicos dentro de sua área, para a função básica de informar. O noticiário deve ter utilidade pública para os leitores e influenciá-los pessoalmente, mostrando-lhes que devem ter um interesse no assunto divulgado. (Erbolato, 2003: 52)

Com os primeiros contatos do grupo e a proposta de desafios a serem superados, logo na reunião de pauta, ambições pessoais surgiram em cada um dos integrantes. Uns queriam descobrir coisas, outros alimentaram ansiedades em ver a notícia publicada. Todos tinham ansiedades relacionadas com o que viria pela frente. Mas, para que essas ansiedades fossem controladas, definiram-se métodos de trabalho. O primeiro deles referiu-se à criação de duplas em algumas matérias. Cada pauta foi dividida em partes, ficando cada tarefa para um aluno. Com isso, foi praticado o trabalho em equipe e garantiu ao resultado final uma diversidade de olhares, uma matéria levando à reflexão de outra, e assim por diante. Dessa forma, ambos participaram da elaboração do texto final. Tais resultados são esperados e defendidos por Kovach & Rosenstiel (2003), onde:

> O repórter sozinho não tem como se mexer muito além de um nível superficial de exatidão numa primeira matéria. Mas essa primeira matéria leva a uma segunda, na qual as fontes da notícia já responderam aos erros e omissões contidos na primeira, da segunda para a terceira, e assim por diante. Ou seja, o contexto vai sendo acrescentado em cada matéria nova. (Kovach & Rosenstiel, 2003: 71)

Outra definição inicial do trabalho referiu-se ao *dead line* seguido pelas equipes. As matérias são entregues semanalmente, possibilitando, assim, uma melhor apuração e um tranqüilo trabalho, pois são todos "focas de focas". Com isso, não ocorre um comprometimento dos resultados acadêmicos dos mesmos, que vivem uma sobrecarga teórica característica dos primeiros anos de curso. A apuração das matérias no Jornalismo digital é alvo de crítica, pois a exigência por resultados rápidos muitas vezes provoca publicações incompletas. Para Kucinski (2005):

> No plano ético, a Internet cria novos dilemas além dos já existentes no jornalismo (...). Seus conteúdos são os mais arbitrários possíveis e, por meio da facilidade de copiar, ela destruiu na prática o conceito de direito autoral e da própria autoria. Com isso, abiu caminho a problemas de autenticidade e veracidade da informação, credibilidade do meio e responsabilidade pelas mensagens. (Kucinscki, 2005: 81-82)

Tais problemas existentes no Jornalismo digital fortalecem a necessidade de exercitar nos alunos dos cursos de Jornalismo tal ambiente comunicacional. Esses problemas acontecem nas redações por uma cobrança na rapidez de produção ou mesmo na vaidade de buscar o "furo de reportagem". Como na Internet as informações se dissipam com agilidade, a necessidade de se publicar uma notícia pode passar por cima da apuração, fundamental método de se fazer Jornalismo.
Durante o desenvolvimento das matérias, os alunos aprenderam métodos básicos do Jornalismo, como técnicas de entrevista e de redação. Cuidados importantes requeridos por um texto jornalístico, como a adjetivação ou a repetição de palavras, foram apresentados durante as correções e praticados pelos alunos durante o período estudado. Outros importantes métodos praticados insistentemente foram a objetividade e a busca constante pela imparcialidade através de uma amplitude maior de olhares, além da preocupação em humanizar as matérias com diferentes entrevistados.

Por fim, ainda em utilização constante (por motivos de conteúdo acadêmico), foi exercitado o método norte-americano de construção de notícias, com o *lead* ou a pirâmide invertida. Como diz Machado (2003) o jornalismo brasileiro é um mimetismo das experiências norte-americanas. Tal método tem sofrido modificações dentro do Jornalismo Digital brasileiro, mas foi adotado no jornal laboratório Novo Formato. Como comenta Daniela Bertocchi durante entrevista ao Portal Comunique-se:

> A pirâmide invertida é a técnica que está sendo usada no ciberjornalismo porque hoje ela ainda faz muito sentido para os produtores e os leitores das notícias online; mas, na minha opinião, fará cada vez menos sentido, porque vamos descobrindo novas formas de construção da narrativa ciberjornalística, formas comunicativas que lançam mão de técnicas tão eficazes quanto a da pirâmide.[63]

Porém, a teoria aliada à prática no Jornalismo é necessária. Através da prática, o Jornalista desenvolve suas características pessoais, desde a forma de apurar um fato até a construção da notícia. A importância na adoção e no desenvolvimento de métodos é defendida por Kovach & Rosenstiel (2003) de forma pontual:

> (...) os jornalistas funcionam apoiados em algum tipo de método, altamente pessoal, para testar e fornecer a informação – sua própria disciplina individual da verificação. Essa disciplina consiste, entre outras práticas, em procurar várias testemunhas de um fato, descobrir novas fontes, indagar sobre os vários lados de uma questão. Esses métodos podem ser muito pessoais e idiossincráticos. (Kovach & Rosenstiel, 2003:112)

[63] Disponível em <http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2 idnot%3D21391%26Editoria%3D135%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D43957315600%26fnt%3Dfntnl> . Acessado em 06/01/2006.

Outros métodos foram definidos e desenvolvidos durante o período, como a escolha da foto, o posicionamento da mesma na matéria de acordo com sua relevância. Os participantes do projeto exercitaram a leitura ocidental na definição de *layout* das matérias publicadas, considerando a leitura da esquerda para a direita, ou seja, se a foto possui uma importância substancial na matéria é preciso posicioná-la logo à esquerda a fim de obter uma visualização inicial. Se a mesma participa da matéria apenas como ilustração, deve-se posicioná-la à direita, ou seja, depois de uma leitura visual do título ou mesmo das primeiras palavras.

3. As editorias especializadas

Desde o início do projeto os oito integrantes da equipe ficaram responsáveis por algumas editorias específicas, como Cultura, Tecnologia, Saúde, Esportes, Educação, Meio Ambiente, Política, Turismo e Comportamento.

> Um dos sentidos do jornalismo, e principalmente do jornalismo na Internet, é a idéia de ação no tempo presente, de atualidade. Pode-se dizer que o presente é aquilo que ocorre no momento mesmo em que é percebido pelos nossos sentidos, é aquilo que está em processo de execução. Essa importância de estar sempre à frente da notícia motivava os estudantes a cobrirem suas editorias e buscarem a informação correta. Um fato novo, uma foto inédita, a busca pela identidade de cada um era percebido nas atitudes dos futuros jornalistas.

No entanto, não basta ao jornalista apenas estar por dentro do assunto, é necessário que o profissional, mesmo na fase de estagiário, domine a editoria para a qual trabalha e "traduza" a informação para seu público da melhor maneira possível. É função do jornalista integrar a sociedade em um corpo coletivo. Ronaldo Mota Sardenberg, ministro brasileiro da Ciência e Tecnologia em 2002, em seu artigo "Conhecimento para o desenvolvimento".[64], ressalta que a divulgação é fundamental para o avanço da ciência e da tecnologia no Brasil e que é graças ao jornalismo que temas essenciais são assimilados pela sociedade. O conteúdo jornalístico deve atuar como um recurso de ligação entre o acontecimento e o indivíduo (leitor, telespectador, internauta, ouvinte). São atores de um grande processo social em que o jornalismo funciona como um construtor de um sentido entre esses personagens dos processos sociais.

[64] Scientific American Brasil. Ano 1, no. 1 . Julho de 2002

Os estudantes tiveram que passar a ler mais sobre os acontecimentos em suas respectivas editorias e se informar sobre o que acontecia referente àquele assunto todos os dias para não serem apenas repórteres de um evento, mas sim de um assunto. Esse incentivo de aprender sobre um determinado assunto em profundidade era incentivado nas aulas pelos professores. Durante as aulas, os alunos tinham contato com algumas vertentes do jornalismo, como por exemplo, o Jornalismo Científico, e assim conseguiam se aprofundar mais em suas editorias.

A questão da imparcialidade também foi amplamente discutida pelo grupo. Ao passo que aprendiam que jornalista deve se manter fora da notícia, não demonstrando sua opinião, sabemos que não há neutralidade nos discursos (Bakthin, 1978: 331), principalmente quando são expressas as opiniões alheias. Todo texto é dotado de opinião daquele que escreve. Em geral, ao se reproduzir as opiniões de alguém, procede-se a uma nova seleção de termos e a outra construção sintática que as do autor. Embora esse processo aparente certa inocência, não impede a possibilidade de distorção ou interferência no discurso relatado (MARCUSCHI, 1991: 75).

> Paulo Freire advertia para o fato de que o saber não pode ser transmitido. Observava que quando qualquer tipo de informação é comunicada de uma pessoa a outra com sucesso, isto implica que ela não foi apenas transferida, como seria de uma disquete para outra num computador, mas que foi *re-conhecida* pela pessoa que a recebeu. (Meditsch, 2002: www)

Para Gill (2002: 249) não existe nada simples ou sem importância com respeito à linguagem. Todo discurso é uma maneira de interpretação do texto do outro e

organizado com fins persuasivos. No entanto, além de prestar atenção para que não haja muita opinião do repórter ao escrever a matéria, os alunos deveriam atentar também para a veracidade das informações, já que "uma notícia incorreta, mesmo que considerada positiva para os envolvidos, é muito mais danosa". (Mafei, 2004: 20).

4. As dificuldades do iniciante

Inicialmente, os alunos encontraram algumas dificuldades para desenvolver os textos, até mesmo pelo fato de aquele estar sendo o primeiro contato com o Jornalismo, e e em especial o Jornalismo Digital. Por ser tratar de um produto para a Internet, muitos idealizavam um texto rápido e sem muitas informações. Barreiras também foram encontradas por aqueles que tinham em mente trabalhar no meio televisivo e radiofônico, já que nestes outros a linguagem possui diferenças consideráveis, com objetividade e cuidados na construção textual que inexistem no ambiente digital, como a composição de frases curtas.

A idéia de que a Internet demandava rapidez fez com que os primeiros textos saíssem fragilizados e, em decorrência disso, a produção precisou ser refeita. As técnicas de entrevista também foram aperfeiçoadas e bem compreendidas pelos alunos, já que entrevistar uma fonte, neste caso, era diferente do rádio e das reportagens televisivas, assim como o respeito aos direitos autorais.

Além das aulas de produção de texto, os estudantes aprenderam também com a prática a dar aos leitores um bom texto nos padrões do ambiente digital. As informações, dia-a-dia passavam a ser mais consistentes e as entrevistas mais freqüentes, o que gerava maior credibilidade por parte do leitor, já que uma fonte dava suas palavras sobre determinado assunto.

Os alunos que tinham alguma experiência com a profissão de repórter televisivo apresentavam algumas tensões principalmente quanto à rapidez e a produção dos textos, pois estes viviam uma realidade "falada", frente às câmeras da TV, e agora tinham que sentar em frente à uma tela de computador e aperfeiçoar a escrita, coisa que repórter não é muito acostumado a fazer, já que este é o serviço do pauteiro.

Como em todas as matérias, sejam elas do rádio, da televisão ou do jornal impresso as ilustrações ajudam a entreter e a criar uma imagem sobre o assunto. No Jornalismo Digital esse fato não é diferente. A atenção para as fotos, para captar o melhor momento da cena, deveria ser a melhor possível. Para isso, os estudantes revesavam as funções de repórter e de fotógrafo e, dessa forma, conseguiam cumprir toda a produção das reportagens.

5. Os resultados apresentados

Apesar do pouco tempo de projeto do jornal laboratório Novo formato, alguns resultados importantes já foram apresentados, tanto no quesito desenvolvimento intelectual dos alunos quanto na satisfação dos mesmos com relação ao curso, ou mesmo na descoberta do que é a profissão escolhida e estudada. Através da vivência, os alunos, que participam de encontros e trabalhos na agência de notícias da UNICOC durante três dias da semana num período de duas horas cada dia, percebeu-se a importância da prática adotada e o que ela pode contribuir na formação do futuro jornalista. Tal preocupação sobre a prática do Jornalismo digital na faculdade foi apontada por Machado (2003). Segundo o pesquisador:

> Na faculdade, pela primeira vez, o contato desde os primeiros momentos do curso com a pesquisa aplicada possibilitaria que o futuro jornalista percebesse a técnica como um prolongamento das capacidades humanas para compreender, registrar, narrar e disseminar os fatos do mundo cotidiano. (Machado, 2003: 51)

Machado (2003) acredita, ainda, que a prática pode desenvolver no estudante de Jornalismo uma vivência maior com relação aos métodos específicos do Jornalismo digital. Cada ambiente comunicacional possui linguagens distintas e cuidados específicos, mesmo sendo todos ambientes para a prática do Jornalismo, que por sua vez possui princípios únicos. Mas diferenças existem, e estão sendo descobertas pelos alunos participantes do projeto.

Percebeu-se, com as atividades do projeto, que todos os participantes, mesmo os que cursam o 2º. semestre, desenvolveram habilidades de técnicas de entrevista e de construção de matérias. As entrevistas realizadas, algumas polêmicas (como a onda de violência que também assombrou a cidade de Ribeirão Preto), outras específicas, como o balanço da Agrishow 2006 definido pelo próprio ministro da Agricultura, Roberto Rodrigues, apresentaram bons resultados. Tais matérias

apresentaram diversos olhares, diferentes e contrários, o que ofereceu ao leitor uma maior chance de conclusão.

Outro resultado positivo no período foi a construção textual. Mesmo os alunos que iniciaram o curso simultaneamente ao projeto do jornal laboratório apresentaram uma construção de texto eficaz, ausente de adjetivação e com a estrutura solicitada do *lead* tradicional. Não houve resistência dos mesmos em desenvolver textos dentro dos moldes impostos pelo lead, como ocorre com alunos em estágios mais avançados do curso. Percebeu-se, também, um desenvolvimento crescente da utilização de hipertextos, o que fortalece os resultados e oferece ao usuário uma interatividade na "construção" de sua narrativa.

Além da construção textual, todos demonstraram uma cumplicidade no desenvolvimento do trabalho, ausente de vaidade e com vontade de adquirir conhecimento.

Por fim, percebeu-se uma maturidade nestes alunos, que aprenderam a se comportar corretamente em momentos de entrevistas e na preocupação com a apuração completa e imparcial na produção de matérias. Com esse amadurecimento, a maioia foi contratada, em caráter de estágio, por veículos digitais da cidade de Ribeirão Preto, mesmo que cursando o segundo semestre do curso.

Considerações finais

A prática do Jornalismo digital durante os cursos de Jornalismo, apesar de ainda esquecido ou rejeitado por algumas instituições, é inevitável. Esse nicho de mercado cresce a cada dia e é preciso capacitar os novos profissionais no desenvolvimento profissional desse segmento. Portanto, chegou-se à conclusão que o projeto do jornal laboratório Novo Formato obteve sucesso dentro do esperado em seus primeiros seis meses de atividade efetiva, com a participação de alunos do 1º. e do 3º. semestres do curso de Jornalismo.

Com o desenvolvimento do projeto, percebeu-se que o aluno, em seu primeiro ano de curso, pode participar de projetos práticos assistidos por profissionais, como o do jornal laboratório. Tal

participação estimula o desenvolvimento do mesmo durante o curso e o faz perceber traços da profissão escolhida sem a complexidade de outras mídias, como o impresso, a televisão ou o rádio. A preocupação ética e o trabalho em equipe foram manifestações importantes neste grupo, que aprendeu no dia-a-dia a relacionar as teorias aprendidas em sala. Algumas matérias desenvolvidas pelo grupo foram "plagiadas" por outros sites regionais, o que causou uma sensação de constrangimento no grupo. Porém, tal reação foi benéfica, fazendo com que todos sentissem o que poderiam provocar se num futuro os mesmos plagiassem matérias de terceiros.

Outra vantagem percebida dessa prática refere-se à construção das teorias e ao desenvolvimento dos métodos do Jornalismo. Cada aluno desenvolve seus métodos particulares de acordo com os gerais apresentados e praticados e aprende a seguir os princípios éticos da profissão desde o início dela, quando a vaidade ainda não surgiu com a força percebida em colegas com maior tempo de profissão.

Mas o desenvolvimento dessa prática acadêmica deve seguir por cuidados, pois pode ser um campo minado. Alguns métodos do Jornalismo digital são conflitantes com os de outros ambientes comunicacionais, como a estrutura textual da televisão ou do rádio, exigente de uma linguagem mais coloquial e pausada, ou mesmo a limitação do Jornalismo impresso com relação à utilização de uma estrutura de caráter hipertextual. Tais métodos adotados pelo Jornalismo digital são pertinentes somente neste ambiente, assim como a definição de *pixels* das fotos publicadas na Internet, impossível de ser apropriada por qualquer ambiente impresso, seja revista ou jornal. Portanto, o professor responsável deve tomar cuidados com relação a esses problemas.

Bibliografia

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BERTOCCHI, Daniela. **Entrevista ao Portal Comunique-se**. Disponível em <http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2 idnot%3D21391%26Editoria%3D135%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D43957315600%26 fnt%3Dfntnl> . Acessado em 06/01/2006.

DI FRANCO, Carlos Alberto. Jornalismo, qualidade da informação e interesse público. In. PERUZZO, Cicília M. Krohling; KUNSCH, Margarida M. K.(orgs). **Transformações da Comunicação: ética e técnicas.** Vitória: Editora Fundação Ceciliano Abel de Almeida/ UFES, Prefeitura Municipal de Vitória, 1995.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. 5ª. ed. São Paulo: Ática, 2003.

FIDALGO, Antonio. **Sintaxe e semântica das notícias on-line: para um jornalismo assente em base de dados.** In Livro da XII Compôs: Mídia.BR / organização André Lemos [et al.]. Porto Alegre: Sulina, 2004.

GILL, Rosalind. Análise de discurso. In. BAUER, M.; GASKELL, G. (orgs). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**. São Paulo: Geração editorial, 2003.

KUCINSCKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual**: ensaios sobre o colapso da razão ética. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo: Editora UNESP, 2005.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2004.

MARCUSCHI, Luiz Antonio. **A ação dos verbos introdutores de opinião**. In INTERCOM Revista Brasileira de Comunicação. Ano XVI, no. 64, Janeiro/Junho de 1991, p.74-92.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?.** Media & Jornalismo. [online]. out. 2002, vol.1, no.1 [citado 19 Dezembro 2006], p.9-22. Disponível na World Wide Web: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-56812002000100002&lng=pt&nrm=iso>. ISSN 1645-5681.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 3ª. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a Cultura – a comunicação e seus produtos**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1996.

WERTHEIM, Margaret. **Uma história do espaço de Dante à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

Produção da informação nos campos da Ciência da Comunicação e da Informação

Dr. Rogério Eduardo Rodrigues Bazi (Pontifícia Universidade Católica de Campinas)

rogerio.bazi@terra.com.br

Resumo

O presente artigo, fruto de uma pesquisa que se inicia em 2007, pretende identificar os parâmetros conceituais da produção da informação nas áreas da Ciência da Comunicação e da Informação, suas semelhanças e diferenças, elaborando, para tal fim, um conjunto teórico de reflexões para que se possa potencializar a produção da informação nas áreas citadas. Soma-se a isso, a possibilidade de se estabelecer genuíno diálogo entre as áreas promovendo a elaboração de conhecimento competente para a intervenção ampla em todos os setores da sociedade contemporânea.

Introdução

O momento atual em que se vive – marcado pelo fenômeno da globalização - é fruto de mudanças rápidas e intensas que aconteceram de forma concentrada nas últimas três décadas. Tais transformações passaram a decidir e mensurar a experiência do homem no universo a que hoje se denomina de pós-modernidade. As mudanças são responsáveis pela configuração do mundo pós-moderno de indivíduos que, até então, não conseguiam alcançar, nem mesmo na esfera do imaginário, o limite mínimo de espaço que ocupavam dentro do planeta. As interações sociais permaneciam reduzidas a um contexto limitado onde se inscreviam as principais fontes de informação, as quais passam agora por uma expansão crescente, difusa e fragmentada. Nitidamente, o que houve até o pleno estabelecimento da experiência pós-moderna, ou pós-industrial ou Sociedade da Informação, enfim, ao processo definido como posterior à idéia hegemônica da modernidade, foi uma transformação em todos os aspectos da vida contemporânea.

Há certa tendência à homogeneização com a globalização, a qual pretende racionalizar as variáveis culturais dos indivíduos a fim de controlar suas reações e atitudes.

Neste panorama, a informação constitui a principal matéria-prima de toda a sociedade e o conhecimento é utilizado na agregação de valor a produtos e serviços.

O manuseio na produção da informação tem suscitado interesse de áreas interdisciplinares, como a Ciência da Informação (C.I.) e a Comunicação, pois ambas operam com a construção de sentidos e com o sujeito final da informação. No entanto, enquanto a C.I. estuda a informação como processo e construção, indica o canal mais adequado para melhor ofertar a informação ao usuário e tem como natureza principal o conteúdo, a Comunicação interpreta a informação como um processo de troca de mensagens entre o emissor e o receptor, que deve ser rapidamente transmitida e que ainda não possua conhecimento público.

Caracterizada, então, como área interdisciplinar, conectada à tecnologia da informação e participante ativo na evolução da Sociedade da Informação (Saracevic:1995), a Ciência da Informação tem por fundamento, em sua vértice estrutural, lidar com a informação como estruturas significantes para criar conhecimento no indivíduo e em sua realidade. O uso da informação como base alimentar de uma cadeia propositiva do conhecimento é um bem simbólico que não se esgota. A fim de superar situações de carência e de escassez "a sociedade organiza seus estoques de informação e estabelece estratégias específicas para colocá-los em ação, para transformá-los em fluxo, tendo em vista um único objetivo: que o sujeito os capture, promovendo a ação de conhecer" (Kobashi e Tálamo, 2003:9).

Tem-se, neste sentido, áreas, então, interdisciplinares que lidam com racionalidades, objetos e objetivos diferenciados. Elas mantém em comum, o fato de que a mensagem pode ser tratada como informação para ser disseminada e transferida.

Nesta perspectiva, tal artigo origina-se de uma pesquisa iniciada em janeiro de 2007 que tem o objetivo de identificar, inicialmente, os parâmetros conceituais da produção da informação nas áreas da Comunicação e da Ciência da Informação, suas semelhanças e diferenças. Soma-se a isso, a

possibilidade de se estabelecer genuíno diálogo entre as áreas promovendo a elaboração de conhecimento competente para a intervenção ampla em todos os setores da sociedade contemporânea.

Perspectivas conceituais

Assim, base de todo o processo humano, social, político, econômico e cultural, à informação associa-se o conceito de ordem e de redução de incertezas. Esta, quando assimilada adequadamente produz conhecimento, "modifica o estoque mental do homem e traz benefícios ao seu desenvolvimento" como também à sociedade (Barreto, 1994:3).

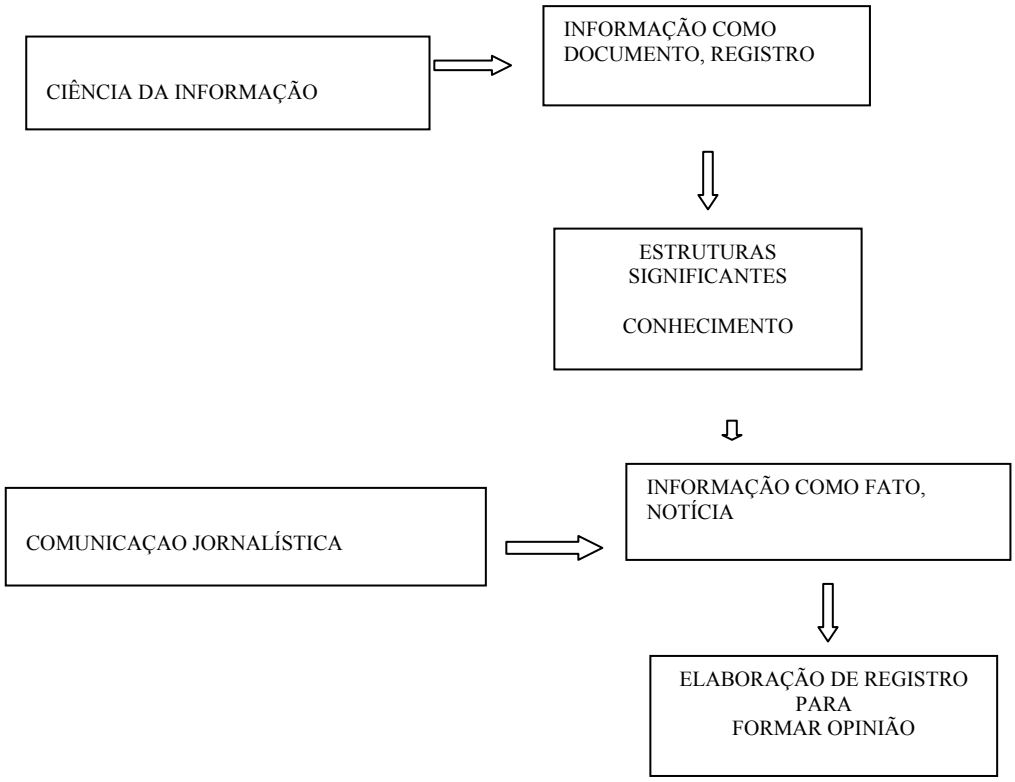
No entanto, o que se discute é como trabalhar com a informação enquanto estruturas significantes, como produtora de conhecimento para a sociedade. A produção, a organização e controle dos estoques de informação, para uso imediato ou futuro, são imprescindíveis para que se efetive a transferência da informação. Contudo, para que esses estoques (armazenados nos museus, bibliotecas, base de dados, arquivos, etc.) sejam acessados, é preciso que o receptor os ative. É certo que as indústrias da informação se desenvolvem à margem das revoluções e do crescimento industrial e utilizam técnicas próprias de redução estrutural de informação, causando diminuição semiótica do conteúdo e da competência das estruturas em gerar informação.

A informação para intervir na vida social dos seres humanos, gerando conhecimento, necessita ser transmitida e aceita. É necessário que os produtores de informação criem estratégias de distribuição da informação para que se viabilize a aceitação do público à informação.

Mesmo que o produtor de informação possa manipular o acesso e a disponibilização da informação, não poderá determinar o seu uso e sua assimilação para o conhecimento. De fato, como argumenta Barreto (1994:8), o discurso da informação "independente do seu vestimento tecnológico, utiliza um código comum, a linguagem, e um canal de comunicação adequado e, apesar de seu poder de convencimento e de sua promessa de verdade, o discurso somente particulariza a informação".

Por isso mesmo, há necessidade de se estabelecer uma relação interdisciplinar mais profunda entre as áreas da C.I. e da Comunicação- Jornalismo -, para que se possa entender o processo da produção da informação em ambas, tendo como resultado final a geração do conhecimento. É no jornalismo que se encontra uma das formas de disseminação da informação, uma mídia importante de divulgação, mas não necessariamente de conhecimento.

A ilustração abaixo exemplifica, inicialmente, o tratamento dado à informação nos campos teóricos da C.I. e da Comunicação jornalística:


CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
INFORMAÇÃO COMO DOCUMENTO, REGISTRO
ESTRUTURAS SIGNIFICANTES
CONHECIMENTO
COMUNICAÇAO JORNALÍSTICA
INFORMAÇÃO COMO FATO, NOTÍCIA
ELABORAÇÃO DE REGISTRO PARA FORMAR OPINIÃO

Assim, enquanto a C.I. entende a informação como um registro, capaz de gerar conhecimento através de estruturas significantes e, a recuperação dessa informação se efetiva a partir de conteúdos originais, o campo da comunicação jornalística interpreta a informação como fato, notícia para a elaboração de registros com a finalidade de formar opinião, sem, necessariamente, ter mecanismos de recuperação da informação.

A recuperação da informação, então, é um problema central dos dois campos teóricos. O uso do Tesauro (linguagem documentária que representa de forma normalizada os conceitos de uma área específica através de termos que se manifestam em estruturas lógico-semânticas) como instrumento de recuperação da informação na C.I. envolve procedimento semelhante ao utilizado para tradução de conceitos. É necessário indexar a questão do usuário da informação, ou seja, traduzir a linguagem deste numa linguagem do sistema de informação, segundo os padrões conceituais do Tesauro. Na comunicação jornalística não há, até onde se pode observar, sistemas de recuperação da informação, uma vez que a informação é distribuída à grande massa, a partir de procedimentos comerciais e industriais.

Entretanto, é salutar registrar, que ao designar a Comunicação por um conjunto de meios de informação, Rodrigues (1994:19) argumenta que pode-se confundir o domínio da informação com a experiência comunicacional. “Mas, à medida que a esfera informativa se autonomiza das restantes esferas da experiência, atingindo, como hoje, um alcance planetário, vai-se tornando cada vez mais evidente que a informação é realmente uma dimensão diferente das restantes dimensões da experiência”. A esfera da informação é uma realidade relativa que compreende o conjunto de acontecimentos e teoricamente medida pelo cálculo de probabilidades; já a dimensão comunicacional é um processo que ocorre entre pessoas dotadas de razão e de liberdade e é dotado de relativa previsibilidade, possui valores que colocam em questão as preferências, desejos dos sujeitos. A informação pertence à esfera da transmissão (emissor-destinatário) enquanto a comunicação é intersubjetiva, nasce na experiência particular e singular dos indivíduos. A ênfase da comunicação humana está centrada intimamente nas trocas que se estabelecem entre as pessoas

(estímulo-resposta). “A comunicação não é um produto, mas um processo de troca simbólica generalizada”, complementa o autor.

Por sua vez, a produção da informação no campo da comunicação jornalística – explicitada através da Teoria do N*ewsmaking*- leva em consideração não só as rotinas de trabalho dos profissionais envolvidos mas também a presença do *gatekeeping,* processo pelo qual as informações passam por uma série de decisões, filtros (*gates*) até serem vistas pelo destinatário ou consumidor final da informação.

Wolf (1999) expôs que o conceito de *gatekeeper* (selecionador) foi elaborado pelo psicólogo social Kurt Lewin, num estudo de 1947, sobre as dinâmicas domésticas quanto aos problemas ligados à modificação dos hábitos alimentares. Lewin (1947 apud Wolf,1999:180) identificou os canais por onde fluía a seqüência de comportamentos de um determinado tema e notou que existiam zonas que funcionavam como cancelas. “O conjunto das forças antes e depois da zona de filtro, é decididamente diferente de tal forma que a passagem ou bloqueio, da unidade através de todo o canal, depende, em grande medida, do que acontece na zona de filtro”. Isso não só acontece com canais de alimentação, mas também com a seqüência de uma informação, dada através dos canais comunicativos.

No entanto, foi White (1950) que aplicou o conceito à comunicação jornalística. Através de um estudo de caso, o autor observou o trabalho produtivo de *Mr. Gates*, um jornalista de 25 anos de atividade na cidade de Midwest (EUA), com 100 mil habitantes, cuja função era selecionar, entre a vasta quantidade de despachos das agências de notícias, o que deveria ser publicado. O trabalho de White revelou que *Mr. Gates* costumava fazer anotações do material recebido de forma subjetiva. De 1333 explicações para a recusa de uma notícia, perto de 800 foram atribuídas à falta de espaço e 300 referiam-se à sobreposição de assunto ou à falta de interesse jornalístico. Outras 76 notícias, de acordo com *Mr. Gates*, eram de áreas afastadas da linha editorial do jornal e, assim, desprovidas de interesse público (Wolf, 1999).

Dessa maneira, White (1993) considera que o processo do *gatekeeper,* além de ser subjetivo, é arbitrário e as decisões dependem muito mais de juízos de valores baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do próprio selecionador.

Um ponto a ser registrado nesse contexto diz respeito ao armazenamento da informação, ou seja, o que é feito do estoque gerado da atuação do *gatekeeper* e quais foram os procedimentos de seleção da informação. Compreende-se, contudo, que a recuperação da informação e sua busca só se completam se ativadas por usuários. Nesse caso, o procedimento da recuperação se torna inócuo já que o estoque não foi registrado em bases de dados e indexado.

Assim, depois da sucinta, porém problemática exposição, é que tal assunto pretende caminhar através de uma pesquisa que se inicia: analisar o aspecto multifacetado produção da informação na busca da assimilação do conhecimento pelo indivíduo, sob a luz da Comunicação e da Ciência da Informação.

Bibliografia

BARRETO, A. de A. A questão da informação**. São Paulo emPerspectiva,** São Paulo, v..

KOBASHI, Nair Y. TÁLAMO, Maria de Fátima G.M. Informação:fenômeno e objeto de estudo da sociedade contemporânea.**TransInformação**. Puc-Campinas: Campinas, v15, EdiçãoEspecial, set/dez, 2003. p.7-22.

NAUDÉ, G. Advis pour dresser une bibliothèque présenté à Monseigneur le Président de Mesme. Paris: Isidore Lisieux, 1876. Disponível em: http://gallica.bnf.fr, acessado em 15/02/2005.

OTLET, P. Traité de documentation: le livre sur le livre, théorie et pratique. Bruxelles: Editiones Mundaneum, 1934.

RAYWARD, W.B. The origins of information science and the International Institute of Bibliography/International Federation for Information and Documentation (FID). Journal of the American Society for Information Science, v.48, n.4,p.289-300, 1997.

RODRIGUES, A. D. Comunicação e cultura: a experiênciacultural na era da informação. Lisboa: Presença, 1994. p.13-46.

SANTOS, B.de S. Um discurso sobre as ciências. 8ª ed. Porto:Afrontamento, 1996.

SARACEVIC, T. Interdisciplinarity nature on Information Science. Ciência da Informação, Brasília, v24,n.1,p.36-41,1995.

TÁLAMO, M.F.G.M. et al. A contribuição da terminologiapara a elaboração de tesauros. C. Informação, v. 21, n.3, p.197-200. 1992.

WHITE, David Mamming. O gatekeeper. Uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson(org.). Jornalismo: questões, teorias e "estórias". Lisboa: Vega, 1993.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 5ª ed., 1999.

Erros e omissões em notícias ligadas a temas jurídicos – um estudo de caso

Tomás Eon Barreiros (Centro Universitário Positivo – UnicenP)

tomas.barreiros@uol.com.br

Sérgio Paulo França de Almeida (Centro Universitário Positivo – UnicenP)

spfranca@terra.com.br

Sumário

O jornalismo exige do profissional cuidados básicos na elaboração do material a ser divulgado. Isso se torna ainda mais rigoroso quando se trata de abordar jornalisticamente um tema especializado. Nesse caso, em qualquer que seja a área, o jornalista se torna um mediador entre a linguagem técnica que lhe é apresentada e o público leitor a quem ela é destinada. No caso específico da transmissão de notícias do campo jurídico, a busca pela notícia é feita no meio do caos em que se encontram as informações disponíveis. Cabe ao jornalista fazer a seleção, ordenar os fatos e explicá-los numa linguagem acessível ao leitor comum. Se a mensagem contida nos termos empregados pelos atores jurídicos não for corretamente decifrada, o jornalista corre o risco de transmiti-la de modo equivocado. Este estudo busca, por meio da análise de quatro matérias de uma edição do jornal *Folha de S. Paulo*, principal diário brasileiro, apontar erros e omissões na transmissão de informações do campo jurídico. Na maioria dos casos, os erros poderiam ter sido evitados com a simples adoção de procedimentos básicos do bom jornalismo.

Introdução

O direito à informação é um direito inegável do ser humano e elemento fundamental para a construção de uma sociedade livre. No Brasil, assim como na maioria dos países democráticos, esse direito é elevado à categoria constitucional (veja-se o Art. 5º, inciso XIV, da Constituição Federal:

"é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional").

É freqüente na grande mídia a divulgação de informações ligadas a temas jurídicos, muitas vezes bastante importantes para a conscientização do cidadão a respeito dos seus direitos.

Para esse gênero de informação alcançar adequadamente o público leitor leigo, não versado nos temas jurídicos, o papel do jornalista se torna indispensável, pois cabe a ele transformar informações originadas de meios especializados em notícia assimilável pelo leitor. Desse modo, o jornalista pode contribuir para a formação de cidadãos mais conscientes.

Para que consiga atingir o grande público ao elaborar uma notícia ou reportagem ligada a temas jurídicos, o jornalista precisa buscar conhecimento complementar. Não se trata de uma tarefa fácil, visto que a compreensão do universo jurídico exige conhecimento especializado.

A dimensão desse segmento jornalístico é tão vasta que o profissional terá de se preparar para a captação de informações. O profissional se obriga a ter certo conhecimento do campo jurídico e a envidar esforços para tentar entender os fatos e situações especializados de modo a poder "traduzir" as informações para o público, tendo consciência do que representa sua atividade para a sociedade, conforme afirma Ricardo Kotscho: "Ser repórter é bem mais do que simplesmente cultivar belas-letras, se o profissional entender que sua tarefa não se limita a produzir notícias segundo alguma fórmula 'científica', mas é a arte de informar para transformar"(Kotscho, 2001: 8).

É necessário também destacar a capacidade de registro do jornal impresso em comparação com outros veículos de comunicação. O texto da notícia em televisão ou no rádio é ouvido apenas uma vez pelo telespectador ou ouvinte, sem a possibilidade de releitura oferecida por jornais ou revistas. Dada a característica de maior aprofundamento do meio impresso, é natural que o leitor busque nele a informação mais aprofundada.

Assim, reveste-se de grande importância o papel do jornalista como mediador entre os atores jurídicos e o público leitor. Para transmitir a notícia jurídica de forma eficaz, com objetividade e clareza, o profissional busca informações nas diversas fontes de que pode dispor. Depois disso,

seleciona e ordena os fatos para explicá-los em linguagem acessível para quem quer que venha a fazer a leitura do material divulgado.

Essa busca pela informação até sua divulgação no jornalismo impresso exige do profissional cuidados para evitar erros de transmissão da notícia. Na elaboração de material ligado a temas jurídicos, essa atenção deve ser redobrada, pois a todo instante vêem-se nos meios de comunicação informações sobre fatos complexos relacionados ao mundo da Justiça: reforma processual, controle externo do Judiciário, novo Código Civil, alterações nos direitos dos trabalhadores, julgamentos de crimes de improbidade administrativa, crises diplomáticas, "batalhas judiciais", crimes eleitorais, súmula vinculante, entre tantos outros.

Ao mesmo tempo em que se observa na mídia um grande número de matérias envolvendo as Cortes de Justiça, as reformas na legislação e os direitos legais do cidadão, verifica-se o desconhecimento de muitos jornalistas ao lidar com tais temas. Isso ocorre porque o campo jurídico é tão complexo como alguns outros assuntos enfocados no cotidiano do jornalismo em segmentos especializados, como acontece nas coberturas de economia, informática ou medicina, por exemplo, campos que possuem linguagens próprias. Ao embrenhar-se no complexo mundo jurídico, o jornalista arrisca-se a cometer uma série de incorreções e imprecisões lingüísticas e técnicas na forma como as notícias são veiculadas, o que pode resultar em falta de rigor na divulgação da informação.

Uma das razões para esse risco é lembrada por Leão Serva:

> Um procedimento essencial ao jornalismo que necessariamente induz à incompreensão dos fatos que narra é a redução das notícias a paradigmas que lhes são alheios, mas que permitem um certo nível imediato de compreensão pelo autor ou por aquele que ele supõe ser o seu leitor. Através desse procedimento, noticiários confusos aparecerão simplificados para o leitor, reduzindo conseqüentemente sua capacidade real de compreensão da totalidade do significado da notícia. (Serva, 2001: 83)

Em se tratando de transmissão de notícias jurídicas, a redução ou a simplificação de termos, na tentativa de elucidar a questão para o público leigo, pode gerar incorreções e equívocos difíceis de serem sanados. Embora seja função do jornalista informar utilizando termos simples e acessíveis para qualquer pessoa, isso não significa a mera transcrição do fato em linguagem "comum".

É disto que trata o presente trabalho, que busca identificar erros na transmissão de notícias jurídicas ao público leigo – erros esses que poderiam ser evitados com a utilização dos princípios básicos do jornalismo em sentido amplo.

1. Diferentes modos de tratar a informação jurídica

A cobertura jornalística de temas ligados a questões jurídicas nos meios de comunicação se dá de diferentes modos. Há veículos que, na tentativa de esmiuçar informações do campo jurídico, editam suplementos, cadernos ou seções especiais para uma parte do público mais afeita às questões jurídicas. Não é este tipo de cobertura que interessa para o presente trabalho, mas a cobertura de matérias para o público leitor em geral. Interessam aqui as matérias publicadas para o leitor comum, nas quais é freqüente o uso de termos técnicos jurídicos, na pressuposição de que o leitor conhece seus significados. São poucos os veículos que se dedicam ao aprofundamento do assunto – muitos fogem à regra deontológica que deve permear suas atividades e o dever que têm para com a sociedade.

Para Alberto Dines, "A imprensa tem a delegação da sociedade para acompanhar o que se passa na esfera forense, da primeira à última instância. Tem legitimidade para isso. Não dispõe de poderes efetivos, mas detém algo ainda mais poderoso: a capacidade de informar." (Dines, 2005: 1)

A informação é a matéria-prima do jornalismo, geralmente relacionada a algum dado ou evento socialmente relevante que mereça publicação na mídia. Fatos políticos, sociais, econômicos, culturais, naturais, entre outros, podem ser notícia se afetarem indivíduos ou grupos na sociedade. Ao jornalista, cabe então o papel de selecionar quais desses assuntos interessam ao público e apresentá-los de modo atraente. Um desses modos é o relato dos fatos em textos jornalísticos

informativos. Embora haja diferentes gêneros de textos jornalísticos, este trabalho enfoca tão-somente os textos jornalísticos factuais.

As informações de interesse jornalístico são buscadas nos mais diversos acontecimentos sociais e depois selecionadas e relatadas em matérias pelo jornalista, que o faz com o objetivo de cumprir seu dever social de informar, mas também, no mais das vezes, na tentativa de se destacar no meio jornalístico como profissional digno de crédito. Para alcançar esses objetivos, o jornalista precisa investigar, perguntar, descobrir e depois divulgar os fatos.

Isso, no entanto, nem sempre acontece, dadas as condições de produção de notícia como atividade em ritmo industrial, o que afeta o desempenho do jornalista. Tratando das coberturas jornalísticas do Poder Judiciário, Dines alerta: "Para cobrar e fiscalizar é indispensável um mínimo de conhecimento e competência. E, naturalmente, algum apetite para mexer numa área considerada inviolável e inacessível, sempre acima de qualquer suspeita." (Dines, 2005: 1)

A rotina estressante dos jornais e a pressa da informação, aliadas à exigência de precisão, em muitas ocasiões, resultam na simples transcrição de uma fala ou de um depoimento, tarefa mais simples do que sua interpretação e inserção no contexto em que tomou forma como fato social. Essa é uma das razões pela qual freqüentemente se vêem nos jornais erros de interpretação e informações equivocadas acerca de assuntos jurídicos. Ademais, a formação específica do profissional de jornalismo, em geral, não lhe dá as habilidades para a completa "tradução" da linguagem técnica jurídica. A conseqüência acaba sendo a ausência de rigor na informação.

Dines, nesse sentido, critica a cobertura dos atos do Judiciário feita pela mídia:

> No país dos bacharéis, faltam bacharéis nas redações. No âmago da mais grave crise política dos últimos 50 anos gera-se uma crise institucional com inevitáveis impasses e colisões entre os poderes. Quem deve dirimi-los é o Judiciário, mas para que a sociedade avalie e julgue os juízos dos juízes é indispensável que a imprensa reaprenda a cobrir e a analisar o que se passa no distante e misterioso mundo togado. (Dines, 2005: 1)

Essa missão da imprensa esbarra muitas vezes na falta de capacidade dos próprios jornalistas, conforme Ciro Marcondes Filho comenta:

> A máquina informativa tem processos que são detonados por jornalistas – associados aos seus próprios vícios (clichês) e visões de mundo parciais e preconceituosas –, produz, ela mesma, a desinformação através de diversos procedimentos de intoxicação com informação e, além disso, dá margem a processos livres, incontroláveis, inadministráveis de mistificação e desinformação. (Marcondes Filho, 2002: 113)

Ante as dificuldades na transmissão adequada das informações ligadas a temas jurídicos, este trabalho busca identificar alguns erros nessa transmissão e avaliar como eles poderiam ter sido evitados.

2. Metodologia

Para alcançar o objetivo proposto, o presente trabalho parte de pesquisa em matérias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo* do dia 14 de maio de 2006. A opção pelo veículo deveu-se a ser ele o principal diário brasileiro. A escolha da edição analisada foi aleatória.

O trabalho traça um breve histórico da especialidade jornalística jurídica, demonstrando o papel do jornalista na transmissão desse tipo de informação e apresenta alguns cuidados que o profissional da imprensa deve tomar para evitar equívocos na transmissão da informação. Em seguida, analisando o material escolhido, aponta os erros identificados e por que aconteceram.

O estudo de caso voltado para o jornalismo praticado pelo jornal *Folha de S. Paulo* tem o intuito de compreender, mediante uma análise contextual, os motivos dos erros jornalísticos de interpretação e as possíveis soluções ou como minimizar o problema.

3. Um pouco de história

O Século XIX reuniu todos os fatores favoráveis ao crescimento do jornalismo no mundo – quer generalista, quer especializado. Até então, do ponto de vista técnico, desde que Gutenberg inventara a imprensa, pouco havia mudado em matéria gráfica. Foi naquele século que a técnica de produção do papel – suporte básico do produto impresso – e a manufatura de impressoras cada vez mais rápidas permitiram às oficinas tipográficas o desenvolvimento de um sistema operacional mais eficaz. Nelson Werneck Sodré, na sua História da imprensa no Brasil (1999) aponta os avanços tecnológicos da imprensa, paralelamente ao desenvolvimento do capitalismo. E faz algumas críticas ao sistema industrial da imprensa sustentada na publicidade. Se por um lado o avanço tecnológico trouxe consigo a variedade de informações e a maior agilidade em sua divulgação, por outro, tornou a imprensa refém da publicidade ou de quem pode pagar por ela. Assim, a publicidade passou a comandar o destino do público-alvo, levando até ele somente as versões que interessavam os financiadores da imprensa.

Afora os aspectos éticos que envolvem a questão, ressalta o autor que os jornais procuraram se adaptar ao mercado volúvel da publicidade, de maneira que, por conta disso, descobriram-se públicos diferenciados para a mesma notícia. Por exemplo, o assassinato de uma pessoa comum numa determinada cidade era visto com certo entusiasmo pelo cidadão de estrato social mais baixo, enquanto outra pessoa mais culta lia a mesma notícia rapidamente. Este último leitor interessava-se mais em saber os motivos sociais, econômicos e culturais que levaram ao assassinato, enquanto o cidadão menos letrado buscava os detalhes do crime, desde a posição do corpo até os detalhes sórdidos que envolveram a situação. Existiam, ainda, leitores que pretendiam saber como se dera o julgamento do caso pela Justiça: como foi a defesa, a acusação; saber o que outros juristas pensavam sobre o mesmo tema. Para esses, havia começado a surgir a necessidade de uma publicação que só a eles interessava.

Mauro Wolf, ao tratar das teorias de comunicação de massa e abordar a questão dos fatores relativos à audiência, afirma que "nem todas as pessoas representam um 'alvo' igual para a mídia:

Se todos os indivíduos o fossem e o único elemento determinante da informação pública fosse a amplitude da campanha, não haveria razão para alguns indivíduos manifestarem sempre uma carência de informação" (Wolf, 2003: 21). Isso acontece em relação a outras áreas do saber, como a medicina, a política, a economia, a cultura... Para todas elas, a imprensa sentiu a necessidade de veicular notícias de interesse específico. Alguns nichos de leitores passaram então a ser atendidos por publicações voltadas a temas ou campos específicos. Os grandes jornais diários, chamados "generalistas", adotaram a segmentação no sistema de notícias em editorias. Mesmo com essa segmentação, entretanto, os temas específicos de cada editoria buscam suscitar o interesse dos leitores em geral. Wolf explica:

> Se aqueles que mostram interesse por um certo argumento acabaram por se desinteressar após terem sido expostos a ele, os que se mostram desinteressados e desinformados agem assim porque nunca foram expostos à informação relativa. Quanto mais as pessoas são expostas a um determinado argumento, mais aumenta seu interesse e, na medida em que este aumenta, mais as pessoas se sentem motivadas para saber mais a seu respeito. (Wolf, 2003: 21)

Dessa forma, pode-se concluir que a mesma curiosidade que move um leitor a procurar informações sobre uma doença que o acometeu ou sobre o mais recente avanço tecnológico em determinado país também o move a tentar entender mais detalhadamente quais são seus direitos quando faz a compra de um bem, de que forma uma lei recém-editada pode interferir na sua vida ou na vida de sua comunidade ou quais os motivos que levaram um juiz a tomar determinada decisão.

3.1. O jornalismo jurídico no Brasil

O sítio da Ordem dos Advogados do Brasil (http://www.oab.org.br/hist_oab/index_menu.htm), em cujas informações baseia-se este tópico, apresenta dados históricos sobre o jornalismo jurídico no

Brasil. A formação de uma cultura jurídica no Brasil surgiu a partir da primeira Constituição, em 1824, depois da Independência, ocasião em que foram criados os primeiros cursos jurídicos (em 1827), de grande importância para a consolidação da vida política e intelectual da Nação. Pouco depois, houve a fundação do Instituto dos Advogados Brasileiros – IAB, em 1843.

Em 1843, o ministro do Supremo Tribunal de Justiça conselheiro Francisco Alberto Teixeira de Aragão sugeriu a criação de uma entidade que facilitasse, quando fosse oportuno, o advento da Ordem dos Advogados. Influenciados pelos estatutos da Associação dos Advogados de Lisboa (criada em 1838), inclusive no que dizia respeito às finalidades primordiais da instituição (a futura constituição da Ordem dos Advogados e a edição de um periódico), um grupo de advogados redigiu os Estatutos do Instituto dos Advogados Brasileiros (IAB).

Esse interesse associativo contribuiu para a implantação do jornalismo jurídico no Brasil e o aparecimento das primeiras publicações do gênero. Entretanto, uma curiosidade merece ser lembrada: desde o início do século XIX e devido à grande extensão territorial brasileira, surgiram inúmeros periódicos dedicados exclusivamente à publicação da legislação e de atos administrativos, tanto de caráter oficial como oficioso. O próprio príncipe regente, D. João VI, ao transferir a família real para as terras brasileiras, em 1808, providenciou a imediata criação da *Gazeta do Rio de Janeiro*, primeiro jornal publicado no Brasil, voltado à publicidade legislativa.

Nessa época, também existiam publicações de cunho jurídico, tais como comunicados dos Tribunais, algumas decisões importantes dos juízes, editais, atos judiciais etc. Porém, coube novamente ao Conselheiro Teixeira de Aragão a articulação para que fosse lançado o primeiro periódico jurídico brasileiro, fundado no Rio de Janeiro: a *Gazeta dos Tribunais, dos Juízos e Fatos Judiciais, do Foro e da Jurisprudência*, publicação preocupada com a transparência dos atos da Justiça e com questões importantes do Direito.

De maneira geral, porém, pode-se dizer que o século XIX permitiu o crescimento e a consolidação do jornalismo como um todo, favorecido pela liberdade de expressão, pela tecnologia e pela evolução socioeconômica da época.

No caso das Ciências Jurídicas, à luz da História do Direito, é impossível desassociar a evolução das Ciências Jurídicas do papel importante exercido pelo jornalismo jurídico – é o que afirma Armando Soares de Castro Formiga. Mas que fatores impulsionaram necessariamente o surgimento desse tipo de jornalismo especializado, tal como se conhece hoje? Formiga pergunta e responde essa questão, para explicar como o fenômeno se teria dado em Portugal:

> Poderíamos afirmar que a codificação dos oitocentos foi um dos fatos motivadores no estabelecimento das publicações jurídicas periódicas. No entanto, não podemos deixar de relacionar outros motivos: a) propagação do pensamento jurídico, a exemplo de Savigny, que – no início do século XIX – se valeu de sua revista para expor as bases da Escola Histórica do Direito; b) outros periódicos – mesmo que não exclusivamente jurídicos – defenderam ou combateram as idéias liberais do Estado Constitucional; c) algumas gazetas se dedicaram à mera publicidade dos diplomas legais e das decisões dos Tribunais; d) finalmente, observamos o surgimento de revistas e jornais com uma linha editorial que valorizava o caráter doutrinário do Direito. Com certeza, estas fórmulas não foram seguidas à risca: para chegar a um número maior de leitores, algumas publicações – talvez as que obtiveram maior longevidade – mesclavam um pouco de doutrina, jurisprudência, atos governamentais e decisões dos Tribunais. (Formiga, 2002-2003: s/p.)

O autor ressalta ainda que o estudo do periodismo jurídico é relativamente novo em Portugal. "Somente nos últimos anos, após os trabalhos desenvolvidos por Paolo Grossi, na Itália, e André-Jean Arnaud, na França, a importância destas publicações especializadas ganhou 'reconhecida dignidade jus-historiográfica'" (Formiga, 2002-2003: s/p.). No Brasil, o assunto parece ser inédito "e merece um aprofundamento, numa investigação que poderá levar meses para estar concluída", dizia Formiga no mesmo trabalho, concluindo que no Brasil não se tem notícia acerca de um estudo aprofundado sobre como teria surgido o jornalismo jurídico, de maneira que eventual

aprofundamento necessariamente deveria ser feito em estudo específico, não oportuno neste trabalho.

O importante, e o que se quer deixar claro aqui, é que, a partir do século XX, o interesse pelos assuntos jurídicos ultrapassou o âmbito dos profissionais ligados à área, atingindo também o cidadão leigo, cada vez mais atento às transformações socioculturais da sociedade atual. Com o desenvolvimento da noção de cidadania após o término da ditadura militar no Brasil, e sobretudo após a Constituição de 1988, tornou-se cada vez mais comum que a população buscasse entender as instituições que sustentam o regime atual e procurasse informações sobre seus direitos legais no regime democrático consolidado.

4. O problema da linguagem jurídica

Um dos grandes problemas na publicação de material relacionado ao mundo jurídico diz respeito à peculiaridade da linguagem, ininteligível para aqueles que não têm familiaridade com a área. Dificilmente um cidadão comum se disporia a ler a íntegra de leis, decretos ou atos administrativos. Ao apresentar uma linguagem difícil de decifrar, esse tipo de leitura se tornava desinteressante para o público "leigo". Os redatores, profissionais da área (juízes, promotores, advogados), não viam a necessidade de traduzi-la, porque, num círculo fechado, a publicação era direcionada aos especialistas. É bem verdade que no jornalismo do início do século XX sequer havia cursos de graduação em Jornalismo, encontrando-se com freqüência nas redações advogados e escritores. Com a especialização profissional e o desenvolvimento da imprensa generalista num sistema de produção cada vez mais industrial, coube, então, aos jornalistas, tentar decifrar essa linguagem para o público em geral.

O profissional do jornalismo deveria servir como mediador entre a linguagem jurídica e o público leitor que pretendia atingir: os leigos. Essa mediação pretendia dar uma informação completa ao leitor acerca daquele assunto ou chamar sua atenção para um campo importantíssimo da informação (o jurídico), que necessariamente deveria ser explorado.

Embora não seja o foco deste trabalho (que é o de proceder a uma análise qualitativa de matérias do jornal *Folha de S. Paulo*), a análise de discurso serve ao tema na obra "Comunicação e Discurso", de Milton José Pinto. O autor usa um exemplo da linguagem jurídica ao comentar uma forma de mediação que chama de "prática social de produção de textos", que "força o texto resultante a ter determinadas características formais e conteudísticas, mais ou menos rígidas, conforme o grau de ritualização do processo comunicacional" (Pinto, 2002: 51). Segue o exemplo apresentado por ele:

> Se uma petição em juízo, por exemplo, não for feita de acordo com as normas e convenções estabelecidas quanto às fórmulas a serem empregadas (relativas a gramática, vocabulário, formas de tratamento, organização textual, dialeto padrão, registro formal), o juiz poderá rejeitá-la com um despacho de "Volte em termos!", prejudicando o peticionário. (...)
>
> Muito embora sejamos obrigados a seguir essas práticas discursivas para nos enquadrarmos nas convenções do gênero de discursos em cada ritual de comunicação, é preciso atentar para o fato de que, em certas situações, pressionados por mudanças nas representações, relações ou identidades sociais vigentes, nós as transformamos criativamente, mesmo que não tenhamos plena consciência disso, podendo mudar o gênero e o ritual. (Pinto, 2002: 51-52)

Essa transformação criativa é lembrada por Nilson Lage quando diz que "a produção de textos pressupõe restrições do código lingüístico. A redução do número de itens léxicos (palavras, expressões) e de regras operacionais postas em jogo não apenas facilita o trabalho, mas também permite o controle de qualidade". No caso do jornalismo, explica Lage:

> Isto pode ser conseguido de várias maneiras. Requerimentos e cartas comerciais são exemplos de textos que suprimiram variações significativas através de fórmulas congeladas

> que, com o tempo, chegam a se diferenciar da língua corrente, como rituais em cujo sentido ninguém presta atenção. Para impedir que isso ocorra com o texto jornalístico, ele precisa ser submetido constantemente à crítica, que remove o entulho e repõe vida nas palavras. Uma atividade crítica que, se aplicada nos cartórios, substituiria "Venho, pelo presente, solicitar a V. S.ª..." por "Peço-lhe"; e consideraria insensato escrever "Nestes termos, peço deferimento", por absoluta impossibilidade de alguém não querer o deferimento do que requer, ou pretender o deferimento em outros termos que não os seus. Portanto, o texto jornalístico procura conter informação conceitual, o que significa suprimir usos lingüísticos pobres de valores referenciais, como as frases feitas da linguagem cartorária. Sua descrição não se pode limitar ao fornecimento de fórmulas rígidas, porque elas não dão conta da variedade de situações encontradas no mundo objetivo e tendem a envelhecer rapidamente. (Lage, 2001: 35-36)

Essas considerações indicam bem o papel do jornalista na redação de um texto noticioso que envolva temas do mundo jurídico. Nesse universo, há como fator complicador o fato de que o jornalista trabalha com versões judiciais muitas vezes voláteis, efêmeras, que freqüentemente são combatidas pela parte vencida, ou pelos outros atores judiciais, como juízes, promotores ou advogados. De posse dos dados levantados a partir da investigação do jornalista, ele procura traduzir as informações codificadas na linguagem jurídica – acessível apenas para aqueles que trabalham na área – para uma linguagem inteligível para o cidadão comum representado pelo leitor ideal do jornal generalista. Junto a isso, caminha o compromisso do jornalista com a verdade, a isenção e os demais princípios que cercam a profissão.

5. A linha tênue que separa o trabalho do jornalista da "desinformação"

"Uma informação só faz sentido quando necessariamente se harmoniza com uma referência anterior do leitor" (Serva, 2001: 49). Talvez essa frase, cunhada por Leão Serva, indique precisamente a

função do jornalista na elaboração de matérias com caráter especializado, quaisquer que sejam elas. Porém, o autor vai mais adiante, explicando que essa referência deve ser buscada no caos em que se encontra a informação, para, somente então, harmonizada com a notícia, ser veiculada na imprensa:

> Ao mesmo tempo em que tira do caos a sua matéria-prima, a imprensa procura organizá-lo, ordená-lo, dispor as notícias que emergem do acaso em um plano organizado, hierarquizado, categorizado: o caos se harmoniza, se "civiliza" nas páginas de jornal ou no noticiário do rádio, da TV, da Internet ou de qualquer meio que se preste à informação. A isso se chama "edição", a organização das informações conforme as regras do meio e do veículo específico e conforme a lógica do grupo incumbido do trabalho de editar, a compreensão que ele tem dos fatos e o que ele supõe ser o interesse e a capacidade de entendimento de seu receptor. Essas regras e o procedimento de organização das notícias no espaço do jornal são o roteiro de uma ação que pretende DETER os fatos, obter sua essência, conhecer e explicá-los, ou ao menos explicá-los (Serva, 2001: 55).

Trata-se da idéia central que deve nortear a ação do jornalista quando tenta abordar e discorrer sobre qualquer assunto de interesse especial. O profissional deve ter, ao mesmo tempo, a capacidade de surpreender e de se fazer entender em seu texto, já que "o objetivo do trabalho jornalístico de edição é apresentar um cardápio inteligível de notícias ocorridas em tempo recente, permitindo ao leitor compreender o que ocorre em seu mundo" (Serva, 2001: 60).

Entretanto, não é isso o que acontece, inúmeras vezes, com o jornalismo jurídico. Faltam explicações acerca do porquê de uma decisão judicial, do histórico dos fatos, dos argumentos debatidos, do pensamento jurídico dominante no país ou no Exterior acerca de determinado fato. Falta a contextualização da notícia para que o leitor, frente a ela, possa julgar, pelas informações que recebeu, de que maneira aquela notícia interfere ou interferiria em sua vida e na vida de sua comunidade. Isso acontece devido à "incapacidade dos jornais de entregar ao leitor a compreensão

da notícia" (Serva, 2001: 60). Serva encontra a justificativa no texto "ABC da Bósnia" (publicado no começo da guerra civil da Bósnia-Herzegovina), de Lauwrence Norfolk, que pesquisou jornais antigos para fazer um paralelo entre notícias de épocas diferentes:

> Seu texto [de Norfolk] aponta um limite claro do trabalho jornalístico. Ao processar as notícias em função de sua capacidade de surpreender, os jornais deixam de buscar em primeiro lugar uma compreensão genuína dos acontecimentos – que poderia tirar a surpresa do leitor diante do fato. É como dizer: se os leitores entenderem a notícia, seus antecedentes, seu contexto e sua repercussão, não vão se surpreender com ela, não vão dar valor ao noticiário. E quem sabe no dia seguinte não "renovarão a eleição" do veículo, entendida pelo ato de compra repetido diariamente. (...)
>
> Ao contrário, a dificuldade de entendimento que muitos leitores revelam mostra que o jornalismo não organiza de fato o caos. Embora procure ser um espelho organizado e classificado do mundo, a imprensa, por seu sistema essencial de produção, mantém e, mais ainda, gera confusões na cabeça de leitores. Afinal, se dois barcos afundam em locais do mundo distantes entre si como Londres ou Filipinas, o procedimento jornalístico em um jornal de qualquer país que não seja Grã-Bretanha ou Filipinas deverá ser, muito provavelmente, o de editar as duas notícias juntas. Mesmo que um país esteja no extremo oposto do mundo em relação ao outro; mesmo que um fato seja um atentado terrorista de um grupo autonomista e o outro, um acidente, por exemplo. O leitor vai aprender um pedaço apenas do significado da notícia, provavelmente, no caso citado, que dois barcos afundaram. Ele não será plenamente informado de todo o resto, mas isso não ocorrerá por despreparo ou inexperiência, mas porque a justaposição, a edição mesma da notícia, se pauta por critérios jornalísticos, que não são os da história, da natureza, da razão intelectual ou de qualquer outra forma de pensar o mundo. (Serva, 2001: 60-61)

Percebe-se, então, um exemplo claro de como o jornalismo, mesmo em assuntos não específicos, pode contribuir para desinformar, para usar a expressão de Leão Serva. Isso mostra também que, caso o profissional não conheça, não procure descobrir ou saber, não esmiúce ele próprio as informações que tem nas mãos, dificilmente terá condições de transmiti-la de maneira clara para o leitor. Dessa forma, poderá acabar induzindo "à incompreensão dos fatos que narra" (Serva, 2001: 61).

Esse é o risco que corre o jornalista na elaboração de uma matéria noticiosa. E é o que muitas vezes acontece.

6. Erros de transmissão em notícias

O erro jornalístico, diretamente ligado à qualidade do jornal, revista ou qualquer outro meio impresso, não é incomum e é muitas vezes, além de um problema técnico, um problema ético, ligado à honestidade das informações veiculadas, à clareza e ao respeito com que os veículos de comunicação tratam seus leitores. É o que defende Rogério Christofoletti, que cita um levantamento feito pelo website Monitor de Mídia em 17 de setembro de 2001, com os três jornais mais importantes de Santa Catarina *(Jornal de Santa Catarina*, *A Notícia* e *Diário Catarinense*), que conclui que as retificações de erros feitas nesses diários são "escassas, invisíveis e insuficientes (Cristofoletti, 2005: 2)". Segundo a pesquisa, nos diários citados, "as seções destinadas à reparação dos erros ocupam pouco espaço, na maioria das vezes não têm a visibilidade necessária, e em outras tantas, causam novos equívocos" (Cristofoletti, 2005: 2). Christofoletti informa ainda:

> De acordo com estudo, as correções haviam sido feitas em apenas 30% das 191 edições analisadas, de janeiro a março daquele ano. Isto é, a cada dez dias, três retificações eram feitas, o que dá a entender que nos demais dias, não houve erros a retificar. Tal constatação cai por terra quando se vê que foram consideradas as seções dos próprios jornais, que deveriam apontar as falhas internas. Os jornais podem muito bem ter errado, mas não

> identificado tais deslizes. E se isso se verifica de fato, o problema é ainda maior: o jornalismo pecou pela incorreção e pela falta de transparência de seus procedimentos. Não só errou como também errou ao não confessar o próprio erro (Cristofoletti, 2005: 2-3).

Se os erros se dão de maneira costumeira nos jornais, quando se foca uma determinada especialidade, a incidência de erro tende a ser maior. Isso acontece com a especialidade jurídica, graças também ao número enorme de leis e alterações de normas legais no Brasil, que estão em constante mudança. Isso obriga o jornalista a buscar recursos técnicos que supram a ausência de formação acadêmica específica no assunto e que, ao mesmo tempo, permitam-lhe compreender os meandros do sistema jurídico brasileiro, para que, a partir daí, possa transmitir a informação de maneira eficaz e responsável.

Essa busca, porém, deve ser cuidadosa e estratégica. Em geral, são sugeridos ao profissional procedimentos que, na verdade, são próprios de todo e qualquer jornalismo. Desde ir para a entrevista munido de informações básicas sobre o assunto específico, ter em mãos dados sobre a autoridade judicial e os envolvidos que serão as fontes, até a velha e prudente atitude de humildade. Depois da apuração, na fase de elaboração do texto, as mesmas exigências quanto à concisão, precisão, simplicidade e correção gramatical. Assim como acontece em outras áreas do conhecimento, na especificidade das matérias ligadas a tema jurídico, o profissional deve ter em mente que está produzindo algo de interesse da sociedade.

Na empreitada de falar de assuntos jurídicos para o público leigo, pode-se trazer à tona um curioso conselho de Einstein, lembrado pelo físico brasileiro Roberto Salmeron (tratando, no caso, da divulgação de tema científico), citado por Alexandre Greco: "'Quando a gente quer fazer divulgação científica, deve-se sempre contar a verdade, mas não demais'. Isso significa que tem de escrever corretamente, mas se você quiser entrar em detalhes demais, aí o leitor fica perdido" (Salmeron *apud* Greco, 2001: 157).

Percebe-se, então, que a escrita clara e objetiva não pode cair na extrema especialização do jornalista, sob pena de, com o tempo, ele estar escrevendo tal como os próprios atores jurídicos, tornando-se ininteligível para o leitor comum. O desafio, portanto, é o jornalista levantar adequadamente os dados e conseguir traduzi-los numa linguagem acessível ao leitor.

7. Cenário noticioso do dia analisado

O tema dominante na edição da *Folha de S. Paulo* analisada (do dia 14 de maio de 2006) foram as ações da organização criminosa conhecida como Primeiro Comando da Capital (PCC), iniciadas em 12 de maio de 2006, com uma onda de ataques no estado de São Paulo. O conflito se deu porque vários presos obtiveram autorização judicial para visitar as mães no Dia das Mães, e, de maneira organizada, os presos que não obtiveram a autorização (em tese, os mais perigosos) comandaram os que saíram para agir em conjunto.

O número de mortos nos ataques ocorridos no episódio superou em números as baixas em conflitos no Iraque e no Afeganistão noticiados no mesmo período. Houve ataques contra ônibus, casas de policiais, bancos e estações de metrô, num total de 293 ocorrências em todo o estado. Morreram 152 pessoas, das quais: 107 supostos criminosos, 41 policiais ou agentes de segurança e quatro civis. Os dados eram da Secretaria de Segurança Pública, segundo boletim divulgado no dia 18 daquele mês e a informação que constou na *Folha de S. Paulo*.

Além desse fato, outros temas mereceram tratamento por parte do jornal, principalmente questões envolvendo problemas nacionais: definição de candidatos à disputa eleitoral de outubro de 2006, denúncias envolvendo o Governo Federal ou ex-políticos, dificuldades no relacionamento comercial entre Brasil e Bolívia, riscos ambientais e alterações trabalhistas, entre outros.

A análise de todas as matérias demandaria um estudo excessivamente extenso, razão pela qual o presente trabalho analisa somente algumas dessas matérias, apresentadas a seguir na ordem em que foram publicadas no jornal.

Embora tenha sido utilizada neste trabalho a versão impressa da *Folha de S. Paulo*, estão indicadas as matérias correspondentes na versão *on line* do periódico, para facilidade de consulta. Alerta-se, entretanto, que pode haver diferenças entre as duas versões.

7.1. Do que trata a decisão judicial?

A primeira matéria (disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1405200602.htm) trata do anseio do ex-governador do Rio de Janeiro, Anthony Garotinho, em candidatar-se a presidente da República nas eleições de outubro de 2006 e de sua briga com os integrantes do próprio partido político (PMDB). O título da matéria é: "Ala governista vence e PMDB não concorrerá à Presidência". O sobretítulo informa: "Por 351 votos, partido desiste da candidatura; resultado deve ser contestado". Depois, a reportagem conta que o ex-governador havia conseguido uma medida liminar na Justiça, anulando provisoriamente o resultado da convenção nacional extraordinária do partido, mas não impedindo a realização do ato. A decisão do partido era não ter candidato próprio à presidência da República.

Os trechos que se referem à questão jurídica eram os seguintes:

> "Mesmo sob ameaça de contestação na Justiça, o PMDB oficializou ontem em uma convenção nacional extraordinária a decisão de não ter candidato próprio a presidente da República nas eleições de outubro. A tese que derruba a possibilidade de indicação de Anthony Garotinho para concorrer ao Palácio do Planalto foi aprovada por 351 votos a 303. Houve ainda dois votos em branco e um nulo – total de 657 votos. (...)
>
> Ontem, minutos antes da chegada de Garotinho à convenção, apoiadores do ex-governador do Rio de Janeiro comemoravam a concessão de uma medida liminar (decisão judicial provisória) que anulava provisoriamente os resultados do encontro.
>
> Como a liminar não impediu a realização da convenção, seus efeitos eram limitados."

Nada mais é informado acerca da questão jurídica. A matéria se atém à transcrição das divergências internas do partido, citando falas dos envolvidos, mas sem explicar, afinal, o que teria originado a ação judicial, quais os fundamentos da decisão, qual o seu alcance, o que aconteceria se houvesse a reversão da medida ou se o ex-governador a contestasse na Justiça etc. Esses são apenas alguns dos questionamentos que o leitor pode fazer no momento em que recebe a informação. Nada é explicado acerca da questão jurídica, embora esta seja levantada na matéria.

Ao informar o leitor que mesmo com a medida liminar judicial deferida em favor do ex-governador, anulando os resultados do encontro, o PMDB havia oficializado decisão contrária, o jornal não responde, por exemplo, qual o alcance dessa decisão judicial. Sugere que o ato da convenção partidária foi superior ao da Justiça. A frase "mesmo sob ameaça de contestação" nada esclarece. Não se explica o que, exatamente, quer dizer a expressão "ameaça de contestação da Justiça".

Na linguagem jurídica, contestação quer dizer defesa (veja-se, por exemplo, o artigo 297 do Código de Processo Civil) ou oposição ao que é alegado. Porém, no texto analisado, se o ex-governador já teria conseguido uma decisão favorável a ele na Justiça, como o PMDB sofreria "ameaça de uma contestação"? Afinal, a decisão judicial já havia sido dada, e se houvesse alguma hipótese de contestação seria por parte do próprio partido.

Embora o texto informe que os efeitos da decisão eram limitados e que por isso a convenção partidária foi realizada, em nenhum momento explica quais seriam esses "efeitos limitados". A dúvida permanece: o que permitia ou não a decisão judicial em relação à convenção partidária? O que o ex-governador realmente teve a seu favor? Por que o resultado da convenção poderia estar ameaçado com a decisão judicial? Enfim, são questões de simples formulação (e resposta), mas que não foram feitas na primeira matéria escolhida para análise.

Cabe aqui lembrar as palavras de Alberto Dines, tratando das características do jornalista:

> Pejorativamente, diz-se que o jornalista é um cavador. Diríamos melhor que o jornalista é um permanente buscador. Jornalista conformado não é jornalista. O profissional de

> imprensa, pessimista ou cínico prejulga, não acredita no que pode acontecer, pois já sabe o que vai acontecer. Quem não acredita na notícia não a persegue e não a encontra.
> Há um componente otimista dentro da profissão que a torna vulnerável às tendências, aguça sua percepção, espicaça sua criatividade. Essa inquietação gera ou é gerada por uma permanente sensibilização. Qualquer anormalidade deve ser percebida, seguida, desvendada. O jornalista é o profissional da indagação, do questionamento. (Dines, 1986: 120)

Em relação à primeira matéria escolhida para análise, com base no que ensina Dines, pode-se dizer que faltou essa busca pela informação por parte do jornalista que a redigiu.

7.2. Querer é poder? Na Justiça, não!

Na segunda matéria escolhida ("Governo vai processar Dantas, diz Tarso", disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1405200609.htm), do mesmo caderno, (p. A-8), o jornal ocupou a página inteira para noticiar que o governo iria processar Daniel Dantas, proprietário do Banco Opportunity, e que suas empresas mantiveram contratos com a Gamecorp (que tem por sócios um dos filhos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e um advogado ligado ao ex-ministro José Dirceu). Num *box*, há uma notícia acerca do indiciamento do banqueiro, pedido pela CPI dos Correios, sob as acusações de tráfico de influência, sonegação fiscal e corrupção ativa por seus vínculos com o publicitário Marcos Valério de Souza, um dos pivôs da crise do governo que ficou conhecida como "Crise do Mensalão". O texto informa:

> "O ministro das Relações Institucionais, Tarso Genro, informou ontem que o governo brasileiro entrará com uma ação judicial contra Daniel Dantas, proprietário do Banco Opportunity. A decisão foi tomada em reação a uma reportagem publicada pela revista

> ‘Veja’, baseada em informações fornecidas por Dantas, que relata a possibilidade da existência de contas de cardeais petistas em paraísos fiscais.”

Aqui, a primeira questão que nasce é a de que, segundo a alínea “a” do inciso XXXV art. 5º da Constituição Federal, “a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito”. Por essa regra, entende-se que qualquer cidadão, com razão ou não, pode invocar o Poder Judiciário para que emita uma decisão acerca de um questionamento judicial. Isso não significa, obviamente, que, pelo fato de uma pessoa propor uma ação contra outra, teria, automaticamente, razão naquilo que pede. É tarefa do juiz decidir.

Por isso, o título é tendencioso e impreciso. A afirmação, sem a devida explicação ou contextualização, transmite a idéia de que o proprietário do Banco Opportunity é culpado. Não há como deduzir idéia contrária, já que, depois da manchete e da introdução no mesmo sentido, o jornal insere no texto vários fatos que buscam dar sustentação à assertiva. Em nenhum outro momento, porém, explica qual poderia ser a ação judicial pretendida pelo governo, em que hipóteses isso poderia acontecer ou qual sua probabilidade de sucesso. A matéria induz, portanto, o leitor a acreditar que Dantas é culpado.

Na outra matéria da mesma página (“Tele contratou pessoas ligadas ao PT”, disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1405200611.htm), que trata das empresas do banqueiro, supostamente ligadas a pessoas do Partido dos Trabalhadores, há apenas uma menção ao fato de que ele havia sofrido uma ação da polícia, determinada pela Justiça:

> “Posteriormente, foi acertado um segundo contrato, negociado diretamente com Dantas, no dia em que houve uma operação de busca e apreensão na casa do banqueiro. Segundo o advogado, esse serviço foi contratado às pressas – por isso, diz, não acredita que tenha sido chamado numa operação de cerco aos petistas.”

A partir daí, o jornalista "encaixa" no texto as versões das partes envolvidas no problema e encerra a matéria sem explicar por que o banqueiro sofreu a ação de busca e apreensão quando assinava o segundo contrato, quais os efeitos (legais e práticos) disso e qual seria a possível conseqüência jurídica por ele ter sido indiciado pela CPI dos Correios. A ação de busca e apreensão pode se dar por diversos motivos e em relação a várias coisas, como se extrai dos artigos 839 a 843 e 461, § 5º, do Código de Processo Civil.

Portanto, a notícia sobre o fato de ter sido feita uma "operação de busca e apreensão" na casa do empresário, no dia em que ele estava assinando o segundo contrato mencionado na reportagem, não somente omite informações fundamentais como também gera uma série de dúvidas: do que se trataria essa medida de busca e apreensão? O que a teria motivado? A ação foi proposta somente contra o empresário? Qual foi a motivação judicial?

Na verdade, nessa última matéria, o que se vê é uma informação adicional à de que houve a assinatura de um segundo contrato pelo empresário. Uma marca temporal na tentativa de informar quando aconteceu a assinatura. Porém, por se tratar de uma frase carregada de significado jurídico e por ter sido encaixada no texto de maneira desconexa, fez com que ocorresse uma "desinformação" por omissão.

7.3. Exoneração do cargo público e prisão preventiva: como?

Na terceira matéria ("Assessora admite ter contato com suspeitos", disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1405200618.htm, com o título "Assessora do PP admite ter contato com suspeitos"), do mesmo caderno (p. A-11), o jornal noticia o envolvimento da assessora do deputado Reginaldo Germano, Suelene Almeida Bezerra, com acusados de liderar uma quadrilha de fraudes na compra de ambulâncias. O esquema ficou conhecido como "Máfia dos Sanguessugas": congressistas teriam apresentado emendas ao Orçamento da União para compra de ambulâncias superfaturadas. O primeiro trecho da matéria envolvendo questão jurídica foi colocado depois da transcrição da fala do advogado da assessora, que diz que ela agia a pedido do deputado:

“De acordo com ele, a assessora ainda não foi exonerada do cargo, mas ‘a corda arrebentou do lado mais fraco’.”

Mais adiante, a matéria explica:

> “Suelene foi presa há dez dias, assim como outros 50 acusados de pertencer à quadrilha. O procurador da República Mário Lúcio Avelar pediu ontem prisão preventiva (por tempo indeterminado) da maioria dos presos. No entanto, não revelou quantos, e, até o final da tarde, a Justiça não havia anunciado a decisão.”

Não há explicação sobre como se dá a exoneração de cargo público e não há como saber em que condições se daria a exoneração imediata da assessora ou até quando ela permaneceria no cargo, se, inclusive, já havia sido presa há dez dias. Observa-se que a frase que contém termo jurídico (exoneração) está inserida depois da transcrição da fala do advogado e antes da versão do deputado envolvido, solta, desconexa. É uma maneira de enxertar o artigo com uma informação, mas sem lhe dar a devida contextualização. Pergunta-se, então, em que acrescentou essa informação à matéria, que era sobre os supostos contatos da assessora com os acusados no escândalo. Não foi explicado sequer se houve um pedido de sua exoneração. E, caso tivesse havido, como estaria a tramitação administrativa, quanto tempo demoraria, enfim, não se sabe se isso é possível e em que casos isso poderia dar-se.

O segundo trecho mostra uma clara intenção do jornal em esclarecer o leitor acerca do termo “prisão preventiva”, explicado entre parênteses como “por tempo indeterminado”. A idéia transmitida é a de que todos os envolvidos ficarão presos “eternamente”, já que o termo empregado, literalmente, não define data certa para o término da prisão. Entretanto, em vez disso, segundo os termos do Código de Processo Penal Brasileiro, prisão preventiva é uma espécie de prisão provisória. Entre as demais, destacam-se a prisão em flagrante (artigos 301 a 310), a prisão resultante de pronúncia (artigo 408, § 1º), a prisão resultante de sentença condenatória que não

faculta recurso em liberdade (artigo 393, I) e também a prisão temporária, prevista na Lei nº 7.960/89.

Assim, nos termos do artigo 310, *caput*, e seu parágrafo único, e da primeira parte do artigo 312, ambos do Código de Processo Penal, a prisão preventiva somente pode ser decretada para garantia da ordem pública, da ordem econômica, por conveniência da instrução criminal ou para assegurar a aplicação da lei penal. Muito embora a lei não especifique o prazo para o término da prisão, não se pode reduzi-la à prisão por tempo indeterminado, já que, além de o Código Penal Brasileiro a classificar como espécie de prisão provisória, existem outras prisões que também não possuem prazo determinado. A melhor tradução para o leigo seria "uma espécie de prisão provisória". Obviamente que aqui se trata de um conhecimento legal, cabível àqueles que lidam com a lei e sua aplicação nos casos que são levados ao Judiciário. Sobre o significado do termo empregado, não se exige do jornalista que saiba pormenorizadamente de um assunto específico a respeito do qual mesmo os próprios juristas, na maioria das vezes, divergem. Porém, cabe a ele a investigação, a pergunta, a consulta às fontes, o questionamento sobre o assunto tratado para que não seja cometido um erro dessa natureza.

7.4. Em que consiste a "batalha judicial" informada no texto?

A quarta matéria analisada ("Governo favorece sindicato em troca de apoio", disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi1405200614.htm) trata de uma denúncia feita por sindicalistas ligados a diversas centrais sindicais, segundo a qual o Ministério do Trabalho estaria concedendo registros a sindicatos em troca de apoio político ao governo Lula. O governo se defende dizendo que se trata de inconformismo de sindicalistas que perderam as eleições e abriram outros sindicatos para garantir o recebimento da contribuição sobre o salário dos trabalhadores. A manchete, porém, é uma afirmação: "Governo favorece sindicato em troca de apoio". Alguns trechos da matéria merecem transcrição:

> Afirmam [os sindicalistas] ainda que têm de recorrer à Justiça para impedir que o ministério libere a criação de mais de um sindicato de trabalhadores em uma mesma região, desrespeitando a Constituição, que estabelece a unicidade sindical.
>
> Nos últimos três anos, o ministério concedeu registro para 762 entidades sindicais no país – o número não inclui os que foram abertos por ordem da Justiça. (...)
>
> "Travamos uma batalha na Justiça como o Sindiversões. Cumprimos uma série de exigências para ter o registro. O que eles querem é manter a arrecadação do imposto sindical", diz Nelson Gomes Ferreira, vice-presidente do Sindibin. (...)
>
> A disputa entre sindicatos – e que envolve o ministério – começou a partir da Constituição de 1988, que definiu que o Estado não deve interferir na organização sindical, na avaliação de Sady. (...)
>
> O advogado informa que essa situação se agravou em 2004, com o Decreto nº 5.063, que determina que os pedidos de impugnação aos pedidos de registro sindical fossem decididos pelo próprio secretário de Relações do Trabalho.
>
> A "bagunça" no setor, segundo João Felício, presidente da CUT, é reflexo da estrutura arcaica. "O sindicato perde eleição e cria outro com outro nome para garantir o imposto (sindical)."

Apesar de estar evidente a controvérsia entre a acusação dos sindicalistas e o que diz o governo, a primeira observação a ser feita diz respeito à manchete, que, em tom de sentença, "condena" o governo. O foco, aqui, no entanto, diz respeito à notícia jurídica, não cabendo considerações sobre a posição política do jornal, embora se possa, de pronto, condenar o fato de o jornal assumir no título, como afirmação sua, a denúncia dos sindicalistas.

Segundo a reportagem, os sindicalistas afirmam que têm de recorrer à Justiça para obter o registro de seus sindicatos. Em outra passagem, a matéria cita a Constituição Federal e números dos

registros concedidos pelo governo e afirma que neles não estão incluídos os que foram concedidos pela Justiça.

A questão que permanece sem explicação é o quê, especificamente, discute-se na Justiça. Pelo que se deduz da explicação do advogado trabalhista João José Sady, ouvido na reportagem, o início da discussão se deu com a Constituição, que afastou a intervenção do Estado nas organizações sindicais, mas agravou-se a partir de 2004, com a edição do Decreto nº 5.063, que permitiu que as impugnações aos pedidos de registros fossem decididas pelo secretário de Relações do Trabalho. Pessoas mais afeitas às questões do Direito, especialmente da área trabalhista, podem deduzir que provavelmente a discussão paire em torno da supremacia da norma constitucional sobre o decreto presidencial. Talvez seja a razão da concessão das liminares anunciadas na matéria.

Porém, na matéria, isso não é esclarecido. Nenhum envolvido em quaisquer desses processos foi ouvido pela reportagem. Nenhum juiz e nem mesmo um advogado de uma parte ou de outra do processo explicou em que residiria a discórdia. A tentativa de transcrever a entrevista com o advogado trabalhista também não serve para isso, pois foi enxertada no texto de maneira complementar, ao final, sem que se contextualizasse a citada "batalha judicial". Enfim, apesar de se citar no texto, várias vezes, que existe uma discussão jurídica sobre o assunto, não há a preocupação de esclarecer essa discussão, de mostrar se em alguns desses processos houve decisão favorável ou contrária aos sindicatos ou ao governo, de traçar, quem sabe, um paralelo entre os argumentos de ambas as partes.

Percebe-se que o jornal deu claro enfoque à denúncia, sem explicar os motivos que a sustentam, tendo incorrido em verdadeira omissão de informação.

Conclusão

Ao se apresentar a justificativa deste trabalho, utilizou-se um artigo de Alberto Dines, em que este afirma: "A imprensa tem a delegação da sociedade para acompanhar o que se passa na esfera forense, da primeira à última instância. Tem legitimidade para isso. Não dispõe de poderes efetivos,

mas detém algo ainda mais poderoso: a capacidade de informar" (Dines, 2005: 1). O autor lembra ainda que, para fazer reportagens sobre assuntos jurídicos, o jornalista precisa estar tecnicamente preparado e, naturalmente, ter "algum apetite para mexer numa área considerada inviolável e inacessível, sempre acima de qualquer suspeita" (Dines, 2005: 1).

Esse "apetite" a que se refere Dines nada mais é que a curiosidade inerente ao jornalista, que deve permear sua conduta profissional ao tratar de qualquer tipo de tema. No caso do tema jurídico, por ser esta uma área cheia de termos técnicos e jargões próprios da linguagem forense, nem sempre há a tradução correta para o público leitor.

Tomando-se como referência o que foi exposto neste trabalho, uma matéria que trate de temas jurídicos pode ser considerada boa se o jornalista ouviu todas as partes envolvidas e tentou decifrar o que elas disseram, por meio de perguntas simples e diretas, para, depois, relatar os fatos de maneira interessante e inteligível para o leitor. Trata-se de um trabalho semelhante ao jornalismo investigativo, ou, como diz Serva, um trabalho no qual o profissional deve organizar esses dados no caos em que se encontra a informação.

No caso da análise feita, observou-se que o maior jornal brasileiro cometeu erros básicos em jornalismo, ao não investigar adequadamente os fatos, não questionar, não explicar, enfim, não tomar alguns cuidados fundamentais ao inserir assuntos jurídicos nas reportagens. Na maioria delas, a *Folha de S. Paulo* se preocupou com o relato, inserindo as falas de seus entrevistados, sem se ater às questões jurídicas que envolviam a questão e que mereciam melhor apuração antes da publicação. Os repórteres que assinam as matérias analisadas deixaram de explicar adequadamente os termos jurídicos que utilizaram.

Nas matérias analisadas, constatou-se que houve erros na transmissão de notícias ligadas a temas jurídicos. Conforme se viu em cada tópico de análise específico, foram identificados erros de omissão de informações, e também erros de impropriedade em relação ao termo jurídico empregado. Enfim, pela análise feita, a matéria jurídica foi tratada sem o devido aprofundamento e com erros e omissões.

Isso parece deixar claro que, tomando-se como exemplo o principal matutino brasileiro, as empresas de comunicação, longe de serem uma promessa de solução para os problemas jurídicos ou de educação para a mudança, são parte do problema, dado o visível descuido em relação aos temas ligados ao mundo jurídico no jornalismo generalista.

Como diz Dines no artigo utilizado neste trabalho:

> Passou o tempo do jornalismo generalista. A cobertura do Judiciário deve ser tão especializada e autônoma quanto a cobertura econômica ou internacional. Jornais responsáveis não podem contentar-se com os releases fornecidos pelas assessorias de imprensa dos diferentes tribunais.
>
> Sem o charme da cobertura política, neste momento uma judiciosa cobertura do Judiciário pode ser decisiva para o futuro do país. (Dines, 2005: 1)

O caminho natural para o jornalista que trata desse tipo de tema não poderá ser outro senão o de buscar melhores fontes, pesquisar de forma mais acurada, e, principalmente, perguntar humilde e simplesmente sobre o que se revelou confuso. A partir da satisfação dessas respostas é que o jornalista pode informar adequadamente seu público leitor.

Referências bibliográficas

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Erros nos jornais**: aspecto ético e fator de comprometimento de qualidade técnica. Disponível em http://reposcom.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/17357/1/R1440-1.pdf.

DINES, Alberto. **No país dos bacharéis, mídia não sabe cobrir Judiciário**. 2005. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=357IMQ001>.

_____. **O papel do jornal**: uma releitura. 4ª ed. São Paulo: Summus, 1986

FORMIGA, Armando Soares de Castro. **O Periodismo Jurídico em Portugal e no Brasil do Século XIX**. Disponível em: <http://www.geocities.com/armandoformiga/>.

GRECO, Alexandre. **Homens de ciência**. São Paulo: Conrad, 2001

KOTSCHO, Ricardo. **A prática da reportagem**. São Paulo: Ática, 2001.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. São Paulo : Ática, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo** – A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker, 2002.

ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL. História da OAB. Disponível em: <http://www.oab.org.br/hist_oab/index_menu.htm>.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso:** introdução à análise de discursos. 2a. ed. São Paulo: Hacker, 2002.

SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação**. 2a. ed. São Paulo : Senac, 2001.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4a. ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de Massa**. São Paulo : Martins Fontes, 2003.

Jornal impresso e pós-modernidade: O projecto Ruth Clark e a espetacularização da notícia

Luiz Roberto Saviani Rey

(savianirey10@hotmail.com)

Sumário

A bibliografia sobre a história do Jornalismo sistematicamente omite um dos momentos mais relevantes para a compreensão das profundas transformações ocorridas no jornalismo impresso cotidiano ocidental entre o final dos anos 70 e o início dos anos 80 do século passado. Com características de Pós-Modernidade, tais rupturas forçaram os jornais ao descompromisso com a historicidade e com a hermenêutica, com as grandes narrativas, Esta pesquisa teórica pretende resgatar o histórico do Projeto Ruth Clark, de 1979, nos Estados Unidos, e mostrar como impulsionou a integração redação-marketing-publicidade.

Abstract

The bibliography about the Journalism History, systematically omit one of the most relevant stage that allows an understanding about the profound transformations in occidental daily Journalism that occurred among the end of the 70s and the beginnings of the 80s years of the last Century. With traces of Post Modernism, such rupture forced the newspaper to have no obligations with History and Hermeneutic, with rhetoric. This theoretical research pretends bring about the 1979 Ruth Clark's history in USA, and show how it impelled a combination between editorial office-marketing-advertising.

Introdução

Nesta pesquisa, o segmento específico do Jornalismo acolhe a Teoria Crítica da Comunicação, viabilizando assim um estudo interdisciplinar e legitimando lugares híbridos nos quais podem ser

inscritos os discursos: busca-se repensar o jornal impresso por meio da análise de sua contextualização contemporânea. Dessa forma, as profundas transformações experimentadas pelos jornais nas últimas duas décadas encontram-se encaixadas numa visão de pós modernidade, redimensionando os papéis desses produtos impressos, enquanto reprodutores de agendamento, de prestação de serviços e, sobretudo, de espetacularização da notícia. A partir do histórico das mudanças no conteúdo visual e textual dos jornais, como resultado do Projeto Ruth Clark, nos Estados Unidos, nos anos 70, busca-se a motivação pós-moderna para tal revolução, estudando-se o período em que os jornais abandonam sua condição de veículo de reflexão e adotam conceitos comerciais, de produto e de mercado, sujeito este às imposições da televisão, na linha do espetáculo, e o público leitor torna-se cativo ou influencia a espetacularização, do discurso efêmero, da falta de profundidade, do descompromisso com a história e a ausência de sentido, fenômenos da pós-modernidade.

Infelizmente, os compêndios sobre a história do Jornalismo, os estudos, pesquisas e a bibliografia da área, relativa ao século XX, omitem um dos momentos mais relevantes para a compreensão das profundas transformações ocorridas no jornalismo ocidental entre o final dos anos 70 e o início dos anos 80 do século passado, as rupturas que levaram os jornais a perder o perfil de jornal de reflexão, ou jornais sérios, como classifica Pierre Bourdieu em *Sobre a Televisão* (1997), transformando-os em produto e em espetáculo imagético, seguindo uma lógica mercantil. Características de Pós-Modernidade, enumeradas por Fredric Jameson em Pós-Modernismo - A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio (1997), tais rupturas forçaram os jornais ao descompromisso com a historicidade e com a hermenêutica (aqui como o sentido das palavras e das coisas), com as grandes narrativas, gerando produtos efêmeros, de rápida leitura e agendamento. Do ponto de vista didático, da formação dos jornalistas, tal omissão obstaculiza a compreensão das razões do fazer jornalístico da atualidade, de seus referenciais e origens, sobretudo da primazia da imagem e dos discursos breves e voltados a satisfazer as necessidades de agenda e a cumprir papel de serviço e de lazer.

Raros currículos referem-se a Ruth Clark ou incluem menção ao USA Today como propagador das grandes transformações, e quando o fazem, canonizam o periódico norte-americano como propagador autônomo das novidades que revolucionaram o processo de fazer jornais a partir do início dos anos 80.

Este trabalho pretende demonstrar que antecedendo o fenômeno USA Today, outros fatores impulsionaram tal revolução, como a queda vertiginosa na leitura de jornais levando publishers norte-americanos, europeus e canadenses a adotarem posturas de integração redação-marketing-publicidade, além de imporem um jornalismo menos denso, como forma de recuperar leitores perdidos, ante a imposição do discurso televisivo. Nesse sentido, torna-se relevante resgatar a história do Projeto Ruth Clark, de 1979, bem como suas recomendações, que resultaram no jornal-produto e jornal-espetáculo, visando a atender a sociedade pós-moderna. Um processo que, no Brasil, teve como modelo a *Folha de S. Paulo.*

Pós-Modernismo, segundo Fredric Jameson (1991), deve ser visto sob a ótica cultural do capitalismo tardio, um estágio específico do capitalismo, ou sua terceira fase, desenvolvendo-se este em dimensões planetárias. A sociedade é regulada pelo mercado e pela indústria cultural. A arte encontra-se a serviço do interesse mercantilista, registrando-se uma forte integração estética/produção de mercadorias.

Entre outros aspectos, são suas características principais a lógica do mercado, a mercantilização das relações sociais, a falta de profundidade, a inautenticidade, a recusa dos modelos e dos sentidos, a valorização da fragmentação, o desaparecimento da historicidade e do passado como referenciais e o triunfo do pastiche e das imagens.

Assim, a configuração do Pós-modernismo a partir da hipótese de uma quebra radical, de uma ruptura, com a ocorrência do desgaste do alto modernismo, surgindo uma nova sociedade – a do espetáculo, de acordo com Guy Debord (1997), ou pós-industrial, sociedade das mídias, da informação, eletrônica ou high-tech, segundo sustenta Fredric Jameson (1991, p. 29) –, estaria presente em vários segmentos da atividade humana, nas artes plásticas (a pop arte de Andy

Warhol), na filosofia, no cinema, na literatura, na música, mas de forma mais acentuada na arquitetura, na qual, conforme afirma, as modificações da produção estética são mais dramaticamente evidentes.

Contudo, uma das áreas fortemente marcadas por rupturas e transformações intensas nos últimos 30 anos, nos moldes do Pós-Modernismo, é a do jornal impresso, podendo-se afirmar ter ocorrido aí uma quebra radical em relação às convenções vigentes ao longo dos anos 50 e 60 e início dos anos 70 do século passado. Trata-se de uma área pouco explorada por pesquisas.

É propósito deste trabalho, também, sustentar que tal ruptura apresenta características básicas do que se chama Pós-modernismo, indicando seus elementos, sendo possível, dessa forma, não apenas caracterizar a possibilidade de pós-modernidade no segmento do jornalismo impresso, como definir, de maneira clara, o espaço e o tempo que marcam essa transição, e as personagens que agiram nesse sentido e que se identificam com ela. Transição em cujo interior ocorreram, por primeiro, as inquietações do meio jornalístico, por razões econômicas, e esboçaram-se, logo a seguir, os projetos e pesquisas determinantes para as mudanças radicais que extraíram dos jornais impressos sua característica de veículo de informação calcado no texto, na informação escrita, na interpretação e opinião, na historicidade - o que Bourdieu em *Sobre a Televisão* (1996, p. 61) chama de "jornais de reflexão", ou "jornais sérios" -, para alçá-los ao plano de veículos em busca da imagem, de um visual acurado e de conquista de públicos que os absorvam e gerem lucratividade. Dessa forma, com a priorização da imagem, os jornais passaram a assumir compromisso com o espetáculo, dentro de uma concepção de sociedade pós-moderna.

Há de se esclarecer que todo esse processo não decorreu de uma ruptura cultural apenas, mas atendeu, sobretudo a uma necessidade de adequação dos jornais a uma nova realidade de mercado, com nítidos contornos da lógica capitalista, como se verá mais adiante. De qualquer forma, tanto quanto a arquitetura, o cinema, a música, os jornais impressos passaram por alterações profundas que evidenciam a ocorrência do pós-modernismo nesse segmento.

1.Rupturas: Ninguém lê mais

A década de 70 marcou de forma decisiva um período de grandes transformações para a Imprensa mundial, notadamente na televisão, suscitando um novo formato para os jornais nos anos 80 e nas décadas subseqüentes. O sistema em cores da televisão e o jornalismo-imagem criaram um espetáculo apetitoso aos olhos do público, modificando os hábitos de leitura em relação às gerações anteriores. No caudal dessas mudanças, nem sempre qualitativas, e sob o argumento da necessidade de recuperar leitores perdidos, a mídia impressa experimentou tremendas reviravoltas. Sustentadas pela pesquisa de opinião, as reformas nos jornais, ou a criação de produtos revolucionários, conduziram-nos a um perfil diferenciado, altamente influenciado pelo modelo televisivo.

Onde termina, então, o convencional e principia a ruptura no campo do jornal impresso? Onde está a resposta para a afirmação de Cyro Marcondes Filho (1993, p. 35), segundo a qual o discurso da televisão varreu o discurso dos jornais, e todos os outros, obrigando-os a se submeter a seu ritmo? Sem dúvida, esse marco foi estabelecido em 1979, quando uma inquietação inusitada marcou o posicionamento de editores e de proprietários dos grandes e médios jornais nos Estados Unidos e Canadá, com repercussões na Europa.

Pressionados por aspectos de cunho mercadológico, editores e publishers decidem nesse ano repensar o perfil de seus jornais, em um movimento que culmina com uma revolução inédita e uma reviravolta fantástica nos conceitos e padrões do jornalismo impresso, com amplas discussões, muita pesquisa e o surgimento, ao cabo dessa ebulição, de inúmeras publicações ultramodernas, marcadas todas pela racionalização dos espaços de texto, pela exigüidade de explanações, narrativas e pontos de vista, pelo enxugamento da interpretação e do aprofundamento das questões e pela supremacia das imagens, ou predomínio das imagens, segundo Jameson.

Àquela altura, entre 1975 e 1979, nada preocupava mais os responsáveis pela mídia impressa, em especial a norte-americana. senão a tendência generalizada de queda nas taxas de leitura de jornais, registrada a partir do início da década, atingindo também os jornais canadenses e europeus. Uma

queda geral, que se acentuava, a despeito do crescimento das empresas jornalísticas nas décadas anteriores e que lhes possibilitou investir e diversificar suas atividades.

É notório que a circulação é ponto de referência para os jornais impressos, fator relevante para sua imposição, fixação e permanência como mídia no mercado em que opera, e, por conseguinte, como captador de anúncios publicitários, sejam eles os dos grandes estabelecimentos comerciais e dos ramos empresariais de porte, sejam os do varejo, os meros classificados, a compra e venda de imóveis, de veículos, a oferta de serviços e outros.

Contudo, o mapa do desapego ao jornal impresso por parte do público leitor desenhava-se de forma assustadora, pondo em risco o suporte econômico das empresas e acionando todo um aparato de recursos na busca da recuperação dos leitores perdidos. Assim, visões, discussões, planos e projetos, começam a ingressar no cenário da mídia impressa a partir de 1979, resultando em ações mais decisivas na virada da década. Alguns desses projetos, datados de quase uma década antes dessa ebulição transformadora, trazem efeitos surpreendentes, quando redescobertos mais tarde. No princípio, os esforços para a reversão da perda de leitores concentraram-se mais em debates teóricos, fundamentados sempre no desinteresse generalizado por parte do público norte-americano, no que se refere aos grandes temas nacionais e internacionais da época. Houve pouca ou nenhuma preocupação com a pesquisa em torno das causas estruturais da questão, relegando-se o problema do abandono do leitor às lamentações.

O final dos anos 70 traz essa inquietação de forma mais acentuada, mas com uma diferença: ocorre uma tomada de consciência e de posição de editores e de empresários, rumo a uma transformação que virá, certamente, no sentido da visão pós-modernista que pretendemos sustentar, da morte dos estilos, do desaparecimento da história como referencial, do triunfo do pastiche e das imagens, como assinala Jameson (1991, p. 29). Essa preocupação pode ser traduzida no discurso de Richard Harwood, editor do Washington Post (EUA), que, reportando-se à inquietação dos "publishers" no final daquela década, demonstra, por meio de artigos (FiloFolha, 1986) todo o princípio alarmista que dominava o meio jornalístico, dando os primeiros indicativos da necessidade de transformações,

que seriam características nos anos 80. Em seus artigos, publicados no Washington Post, nos anos 70 e início dos 80, Harwood alertava que o século aproximava-se do seu apogeu e que os "publishers" americanos andavam meio apavorados, uma vez que haviam acumulado lucros fabulosos nas décadas anteriores, mas sentiam abaladas suas estruturas quando conferiam os dados de pesquisas sobre leitura.

A estabilidade anterior, de acordo com Harwood, fora proporcionada pelos lucros enormes obtidos após os proprietários de jornais terem desbancado seus rivais na maioria das grandes e médias cidades norte-americanas, estendendo seus monopólios nos reinos locais, sem concorrências. Essa situação fora possibilitada, segundo ele, por políticas de governos favoráveis, que permitiram a criação de vastas cadeias as quais muitas vezes se subdividiram incessantemente, dando origem a novos ramos de atividades empresariais, num processo, aparentemente, sem fim.

Para Harwood, dessa situação, aguardava-se a instauração de uma certa complacência e a perenização dos negócios e, portanto, dos lucros. Um clima de acomodação tomou conta do segmento impresso nos Estados Unidos, em especial, pois predominava a visão de que nada abalaria a solidez dos jornais. No horizonte, não havia ameaças, e a lucratividade seria crescente, líquida e certa. Nos anos 50 e 60, como aponta Bourdieu (1997, p.59), a televisão estava pouco presente no jornalismo. Quando se falava em jornalismo, mal se pensava na televisão. Com o advento do discurso televisivo, os leitores começaram a abandonar o barco do jornal impresso. Bourdieu ressalta: "Com os anos, a relação inverteu-se completamente, e a televisão tende a tornar-se dominante econômica e simbolicamente no campo jornalístico. Isso é assinalado sobretudo pela crise dos jornais... ".

Na segunda metade dos anos 70, os empresários do ramo jornalístico estavam inquietos e o tom dessa inquietude fora transmitido à época por um jornal especializado, o *Editor & Publisher*, cujo artigo era de uma franqueza rara e tocava direto no assunto:

> Os jornais são uma presença em extinção nos lares americanos, e alguns editores até admitem que seu trabalho é irrelevante para a vida de muita gente. Perturbados por essa e outras tendências, os jornais começam a enfrentar a possibilidade de um futuro incerto, à medida que a Era da Informação alcança seu secular meio de comunicação (FiloFolha, 1986).

1.2. Em busca das causas

A par dessas referências editoriais, o problema era demonstrado de maneira bem simples e direta nas pesquisas elaboradas pelo próprio jornal *Editor & Publisher***:** desde 1970. Segundo as pesquisas, o número de adultos nos Estados Unidos aumentara 34%, o número de unidades de novas moradias, 41%, e a circulação de jornais diários aumentara menos de 1%. Na verdade, a circulação decrescera assustadoramente, o que, segundo Harwood, representava a estagnação absoluta do segmento. A ameaça surgira no horizonte.

De acordo com o *Editor & Pulisher*, no início dos anos 70, quase 90% dos adultos norte-americanos haviam concluído o curso secundário e mais de 30% cursaram pelo menos quatro anos de curso superior, o que seria um ótimo indicativo em termos de expectativa de níveis de leitura de jornais, uma vez que nos anos 50 e em boa parte dos anos 60, a proporção de moradias americanas que recebiam pelo menos um jornal por dia era de 100%. Mas a realidade era outra e o certo era que um número cada vez menor do público lia jornal. E as causas, em meados dos anos 70, ou eram ignoradas, ou não eram buscadas de maneira objetiva.

De imediato, não ocorreram tentativas concretas de se reverter o quadro. As discussões iniciais centraram-se em aspectos culturais e educacionais, levantando-se hipóteses na linha da relação entre a queda de vendagem dos jornais com a retração no comparecimento às urnas por parte dos norte-americanos, registrada nas eleições para todos os níveis desde meados da década de 60, e a

generalização da ignorância em todo o País no que dizia respeito aos temas e assuntos de interesse público.

Dessa forma, o debate parecia tender para uma chamada aos editores ao caminho da recuperação do poder de transformação da sociedade por parte dos jornais, por meio de um noticiário mais substancial e denso, seguindo o gênero interpretativo e esclarecedor, além de desencadeador de debates, por meio de uma opinião mais forte e categorizada, fórmulas que induziram aos resultados satisfatórios nas décadas de 50 e 60.

Para colaborar com essa visão, um catedrático da Universidade de Nova York, Jay Rosen, empenhara-se em colocar a questão da ignorância e apatia do público em relação aos temas mais candentes da década de 70, como a questão das armas nucleares, os conflitos ideológicos na Nicarágua e, neles, o posicionamento dos Estados Unidos. Jay Rosen apontava para o alto índice de ignorância do povo norte-americano em torno de questões políticas. Uma pesquisa indicava que um terço dos adultos do País não sabia dizer com clareza de que lado lutaram os soldados norte-americanos na Guerra do Vietnã. Menos da metade da população sabia dizer os nomes de seus congressistas e quais interesses o País defendia no conflito da Nicarágua.

Para Harwood, bem como para a maioria dos editores norte-americanos, o argumento da ignorância não era satisfatório para justificar a apatia dos leitores. Harwood sustentava que os jornais poderiam ter parcela de responsabilidade, mas transferia às escolas públicas e universidades uma outra parcela.

A realidade é que o debate se estendeu por um longo período, apontando que as transformações na mídia impressa, se ocorressem, deveriam seguir um trajeto tradicional, com as reformas pendendo mais para a área editorial, acentuando-se o exercício do texto opinativo e interpretativo que para qualquer revolução gráfica de caráter pirotécnico, de massas ou popularesco. O que também não ocorreu. A conclusão de Harwood, contudo, era melancólica para o momento e para o aplacamento da ânsia de "publishers" em reverter o quadro de declínio de leitura dos jornais, por dispersar a discussão e não indicar caminhos objetivos e aceitáveis pelo meio, em termos de mudanças, já que

sua crítica voltava-se para a ausência de pesquisas, recurso até então pouco incorporado ao segmento. Afirmava ele:

> Os jornais estão hoje cheios de eruditas lamentações sobre o fracasso do comércio e da indústria americanos na competição nos mercados internacionais, ante a ausência de pesquisas. Lamentações divertidas, dados os mesquinhos investimentos em pesquisa e desenvolvimento da própria indústria jornalística. Se os jornais estão se tornando irrelevantes para a vida dos americanos, se as gerações sem hábito de leitura e politicamente analfabetas estão abocanhando o mercado, cabe aos titãs da profissão de jornalista descobrir as razões disso (FiloFolha, 198)

2 . Histórico das transformações

Se a preocupação com o declínio no nível de leitura entre os norte-americanos agitou as grandes e médias empresas jornalísticas dos Estados Unidos na transição dos anos 70 para os 80, o modelo que nortearia toda a nova estruturação dos jornais em todo o mundo - de Nova York às mais distantes cidades do interior brasileiro, passando pelo Canadá, pela Península Ibérica e o restante da Europa e por toda a América Latina - nasceu com quase uma década de antecedência, embora não tivesse provocado grandes abalos à época. Sua premissa nada mais era do que a adoção de pesquisas junto aos leitores.

Em 1972, Ruth Clark, vice-presidente de Mídia da empresa Yankelovich, Skelley & White, comandou uma pesquisa que se tornou antológica sobre as relações entre jornais e leitores nos Estados Unidos, e que resultou no surgimento de novos produtos impressos de caráter revolucionário dez anos depois. Em artigo publicado no Ganett Center Journal, órgão de divulgação do Ganett Center for Media Studies, em 1987, Susan Miller, sua editora, faz uma espécie de revisita

ao projeto Ruth Clark (FiloFolha, 1987). Segundo Miller, Ruth Clark nada mais descobriu que o parâmetro do leitor. Sua visão sobre os jornais e seu desejo, mais que legítimo, de influenciar e até mesmo direcionar o produto noticioso que recebe em sua casa, ou que adquire em bancas. A premissa era simples: ouvia-se o leitor, levantava-se seu ponto de vista e norteava-se o trabalho de produção dos jornais na busca de respostas aos anseios do público. A fórmula era interessante, mas não atraiu de imediato a atenção de editores e empresas jornalísticas, ainda beneficiando-se da forte expansão vivenciada desde as décadas anteriores.

Contudo, antes de a indústria jornalística descobrir Ruth Clark e reagir de forma articulada ao problema da fuga dos leitores, alguns aspectos antecederam as mudanças mais radicais e características de ruptura: dois fatores contribuíram para "abrir" os jornais e provocar nos editores uma atitude mais "flexível" com relação ao conteúdo do noticiário. Um foi a mudança visual realizada pela diagramação modular, a definição dos espaços da notícia, da dimensão desse espaço, de acordo com a hierarquização dos assuntos nas páginas, a vinculação das matérias frias com o resto da página, em termos de conteúdo, e a adoção de um estilo visual mais parecido com os das revistas.

Em meados da década de 70, a diagramação modular tornava-se cada vez mais comum, assim como a colocação padronizada das matérias especiais. Surgem os dropes, as colunas de notas contendo informações rápidas e índices ilustrativos das matérias. Para conseguir esse novo estilo visual, os jornais contrataram desenhistas que imprimiram sua marca ao produto, com outros elementos gráficos, ilustrações do tipo usado pelas revistas, fotos grandes e em cores e quadros no alto da página, que resumem o conteúdo das páginas internas. Mas não foi bastante para resgatar os jornais impressos junto ao público. Algumas tendências de tratamento das notícias e de espaços mais informais do jornal, como o colunismo, verificadas logo a seguir à modulação, começaram a propiciar alguma transformação mais objetiva.

Mais ou menos no mesmo período em que ocorre a modulação, as mudanças culturais e sociológicas provocaram uma reformulação da noção tradicional de notícia. De acordo com Susan

Miller, “o movimento dos direitos civis fez com que se repensassem a cobertura jornalística das minorias e os editores começaram a perceber que definir notícia, em termos de acontecimento, muitas vezes implicava ignorar importantes tendências sociais.

Um exemplo: o êxodo de negros do Sul para o Norte dos Estados Unidos, depois da Segunda Guerra Mundial, atraiu pouca atenção, até ocorrerem os distúrbios raciais do final da década de 60. A transição das colunas sociais para seções sobre “gente”, ou “estilo de vida” foi um indício de uma reformulação do conteúdo do noticiário. Às vezes, a mudança no sentido de deixar de lado clubes, festas, e casamentos para, privilegiar novas tendências de estilo de vida e comportamento foi de certa forma.

2.1 O Projecto Ruth Clark: Em busca do leitor perdido

As admoestações de Ruth Clark, resultantes de sua pesquisa junto aos leitores, começam a ser descobertas no final dos anos 70. Muitos jornais fecham contrato com empresas de pesquisa de mercado para a realização de estudos de leitura local e de padrões de consumo. Ocorria nos Estados Unidos e no Canadá o nascimento do Projeto Leitura, que pretendia combater, por meio da pesquisa, o problema do desaparecimento dos leitores de forma sistemática, ouvindo-os e reunindo suas ansiedades e expectativas sobre os jornais. A base do trabalho repousava na pesquisa feita em 1972 por Ruth Clark.

O projeto, com duração prevista para seis anos, foi realizado por iniciativa da Associação Norte-americana de Jornais, pela Associação dos Editores de Jornais e pelo Birô de Anúncios de Jornais. Reuniu representantes de 16 associações e organizações jornalísticas. No total, o projeto publicou mais de 70 relatórios de pesquisa e provocou um intercâmbio entre cerca de 200 editores, com a instituição de programas de treinamento em pesquisa e em relações comerciais entre editores e empresas.

De imediato, essas pesquisas provocaram a mobilização de editores e os arrancaram da condição de "fechadores" de jornais para lançá-los na busca de um envolvimento e integração maiores com outras áreas da empresa jornalística, como os setores de Marketing, Publicidade e, sobretudo, com o público leitor. A premissa era o aprimoramento do produto, sob a ótica do consumidor.

As dimensões do projeto Leitura indicam o quanto o problema da queda de leitura era considerado sério no final da década de 70. E o era não apenas nos Estados Unidos. Na Alemanha, França, Espanha, Inglaterra, Canadá, editores e proprietários de jornais viviam essa experiência. O Projeto Leitura fez com que se tornasse respeitável - e, em ultima análise, obrigatória - para os editores a preocupação com as questões empresariais, como a penetração do produto nas casas, o chamado alcance do produto, e a fatia do mercado anunciante. Mas sem despregar o olho do assinante e do comprador em pontos de venda de jornais.

Uma de suas contribuições consideradas mais duradouras, de acordo com Miller, foi estimular um padrão de cooperação entre os diversos departamentos de um mesmo jornal, na medida em que editores, diretores de circulação e gerentes de publicidade aprenderam pela primeira vez a conversar uns com os outros, a romper a barreira do orgulho e da supremacia de uma seção sobre a outra e, substancialmente, procurar, conjuntamente, o caminho da pesquisa, do treinamento e do Marketing. As comissões de leitura estabelecidas em alguns jornais acabaram formando grupos de gerência e marketing interdepartamentais.

Porém, o estudo que, provavelmente, mais provocou mudanças no maior número de jornais do mundo que qualquer outro fator isolado, foi encomendado pela entidade que congregava os editores de jornais dos Estados Unidos, como parte do Projeto Leitura. O lema à época era: "mudar as necessidades ou mudar os leitores ou o Projeto Ruth Clark ".

No final da década de 70, mais precisamente em fins de 1979, Ruth Clark aprimorou e consolidou seu trabalho, transformando-o em um projeto que virou objeto do desejo de todos os editores e de proprietários de empresas jornalísticas. Ela se baseou em discussões de grupos dirigidas em doze

cidades norte-americanas e o trabalho foi caracterizado como um estudo qualitativo do novo contrato social entre editores de jornais e leitores.

O estudo defendia a necessidade de um melhor relacionamento entre jornalistas e leitores e de um noticiário voltado à auto-realização e a ajudar os adultos a enfrentar os problemas da vida moderna em sua vida pessoal. A vida local prevalecia sobre os acontecimentos globais. Essa foi uma mudança considerada drástica em relação à ênfase tradicional na cobertura política e de outros assuntos tidos como sérios. Ruth Clark foi uma das principais oradoras da convenção de 1979 da Associação dos Editores norte-americanos. Cerca de 3.500 cópias de seu estudo foram, mais tarde, distribuídas gratuitamente aos membros de sete organizações profissionais de jornais participantes do Projeto Leitura. Outros 3.500 exemplares foram vendidos através da associação dos editores a jornais norte-americanos, canadenses e europeus, conforme Susan Miller, A pregação de Clark era no seguinte sentido: “Atendam as nossas necessidades e ajudem-nos a enfrentar os problemas. Não se limitem a nos falar sobre o mundo - ajudem-nos a entendê-lo. Sejam nossos representantes... lembrem-se que estamos ansiosos por boas notícias. Não queremos só ler notícias ruins”.

No entanto, o estudo estimulou muito mais que uma onda de matérias sobre comportamento. Ele também reforçou outras tendências em formação, introduzindo os boxes de correção de erros, distorções e falhas de informação, os textos complementares, explicando os assuntos enfocados, bem como sumários, notas e índices, a numeração das páginas, tipo A-2 e C-3, etc.

A sugestão de Ruth Clark consubstanciou-se em projeto, acelerando e reforçando a revolução na apresentação e conteúdo dos jornais. Sua lógica logo fora assumida como a lógica da salvação, e em pouco tempo a ruptura estava consignada.

3 . O *USA* Today: Espetáculo colorido

O receituário deixado pelo Projeto Ruth Clark não apenas foi modelar para a imediata reestruturação de quase todos os jornais norte-americanos e canadenses, como favoreceu o

surgimento de produtos altamente revolucionários. O mais ousado deles foi o USA Today, de circulação nacional, que em 1982 exacerbou nas cores e nas medidas das transformações, tornando-se o periódico mais comentado, mais amado, mais copiado em todo o mundo, e também alvo de críticas de concorrentes, de pesquisadores e até mesmo de leitores.

Editado pelo Gannett Center Journal – que fechou dezenas de pequenos e médios jornais de sua propriedade, espalhados de costa a costa nos Estados Unidos, impondo um produto de circulação nacional - o USA Today tinha como principal característica a imagem. A forte exploração da imagem. As fotografias, coloridas, bem produzidas, predominavam em suas páginas, da capa à última página. As cores também estavam presentes nos gráficos e nos boxes, nos mapas meteorológicos exagerados e quase reais, nas vinhetas, ilustrações e nos sumários. O texto era menos denso, mais informal, os editores utilizavam com freqüência o pronome "nós" em manchetes, imprimindo caráter intimista em relação ao leitor.

Ao longo dos anos 80, o USA Today tornou-se o segundo maior jornal diário dos EUA, com uma circulação anual paga auferida de 146 milhões de exemplares, o que o colocava como segundo jornal diário do País, depois do The Wall Street Journal, com mais de 200 milhões de exemplares. O USA Today segue hoje quebrando recordes de vendagens, tendo atingido em 2004 seis milhões de exemplares/dia.

O USA Today agradou de imediato o público leitor, ou grande parcela dele, e seu modelo passou a ser imitado, copiado, incorporado por empresas jornalísticas em dificuldades com o seu público, ou não. A primeira "transferência" significativa dessas experiências, mais visuais do que qualquer outro aspecto, ocorreu em Minneapolis, onde o vespertino Minneapolis Star contabilizava a perda de leitores jovens e de adultos até os 35 anos para o Mineapolis Tribune. Economicamente, perdia 6% ao dia. Na esteira do USA Today, em 1983, o editor Stephen Isaacs partiu para uma linha gráfica e visual mais agressiva, revertendo uma situação de estagnação.

Os jornalistas nunca esconderam a intenção de competir com a televisão e reconquistar o público: Christofer Burns, "publisher" associado do Minneapolis Star, revelou a fórmula adotada pelo jornal:

“Dissemos ao público: vamos brilhar no escuro. Jornal incandescente, inovador. Ênfase na TV, nas imagens fortes e vivas. Ênfase no estilo” (FiloFolha, 1986). Mas se suscitou simpatias, o USA Today angariou também detratores e muitas críticas. Seus editores foram acusados de superficialidade e de promoverem o espetáculo, em lugar de simplesmente noticiar. O espaço do texto, reduzido em relação ao padrão convencional, foi outro aspecto a merecer reparos, pois reduzia a quantidade de informação, prejudicando a qualidade e a expectativa de um aprofundamento nas questões enfocadas.

Em meados da década de 80, grandes, médios e pequenos jornais de todo o mundo passaram a adotar o modelo USA Today, parcial ou integralmente, experimentando mudanças rumo ao efêmero e ao espetáculo.

No Brasil, o modelo mais próximo foi o adotado em 1985 pela Folha de S.Paulo, jornal editado na cidade de São Paulo e de circulação nacional (cuja tiragem média é estimada em 500 mil exemplares dia) com suas “caixas” nas capas dos cadernos para anunciar o conteúdo das páginas interiores, o aumento do corpo das letras e com a adoção de cores nas fotos e nos recursos gráficos, além da modulação, que reequacionou o espaço noticioso e reduziu o tamanho das notícias. Infográficos, fotos como informação autônoma, dropes e seção “Erramos” foram heranças dessas transformações. A Folha passou por reformas, tendo abandonado a modulação e retornado recentemente ao texto mais adensado.

Todos esses jornais mereceram as mesmas críticas atribuídas ao USA Today, no tocante à superficialidade, ao distanciamento das raízes da notícia e à tentativa de realizar o espetáculo. No Brasil, não se pode ignorar a competição publicitária dos anos 80 e 90 entre a Folha e o Estado de S. Paulo, publicado na cidade de São Paulo, sob o slogan: A Folha registra os fatos, o Estadão aprofunda, com suas reportagens, como ponto alto das reações contra as inovações.

Cinco anos depois, já na década de 80, Ruth Clark voltaria com a segunda versão de seu projeto, negando a defesa do jornalismo “leve”, contida no primeiro trabalho. A indicação agora era no

sentido de que os leitores estavam decepcionados com os rumos dos jornais e buscavam mais informação e seriedade no tratamento delas.

A realidade do mercado, a competitividade estabelecida de forma clara entre jornais e televisão, forçada até por aspectos comportamentais do público, não referendam essa sua nova posição de imediato. Os jornais, parecem ter superado a competitividade com a televisão somente nos anos 90, reconquistando o público, porém, nunca mais foram iguais aos do passado. Na atualidade, os jornais impressos enfrentam nova crise, ante o webjornalismo, sua publicidade e a perspectiva da migração dos anúncios classificados para os portais.

Conclusão

O histórico das transformações na mídia impressa mundial, a partir das experiências do Projeto Ruth Clark e do USA Today, sendo o primeiro resultante do segundo, enquadra-se na visão expressa por Jameson, não apenas no tocante às rupturas irrompidas desde 1979, nas transformações que afastaram os jornais do modelo tradicional que pontificou no período do modernismo, como por sua configuração de mudanças patrocinadas por uma lógica capitalista, de produto e de mercado, e numa concepção de massas e de espetáculo.

Após historiar o pós-modernismo na arquitetura, Jameson (1991, p. 28) afirma que "essa ruptura não deve ser tomada como uma questão puramente cultural: de fato, as teorias do pós-moderno - quer sejam celebratórias, quer se apresentem na linguagem da repulsa moral ou da denúncia - têm uma grande semelhança com todas aquelas generalizações sociológicas mais ambiciosas que, mais ou menos na mesma época, nos trazem as novidades a respeito da chegada e inauguração de um tipo de sociedade pós-industrial... mas que também é conhecida como sociedade de consumo, sociedade das mídias, sociedade da informação, sociedade eletrônica ou high-tech...".

As transformações no jornal impresso, hoje presentes em qualquer pasquim de pequena cidade interiorana, apresentam como elemento fundamental essa premissa do fim dos referenciais e a

transformação, ou a integração, da estética jornalística à produção de mercadorias em geral, atendendo ao gosto de uma sociedade definida no conceito de Pós-Modernidade. Desde os anos 80 do século passado, o processo de produção de notícia e a confecção de jornais impressos estão dissociados da forma clássica de se fazer jornal. Até aquele momento, jornalismo era uma espécie de engajamento político, uma ação, ainda que noticiosa, visando mudar a equivalência de forças sociais a partir do debate sobre ideologias e visões da realidade mundial.

O jornalismo impresso atual está vinculado diretamente à questão mercadológica, de produto em si, e não apenas de um produto que se pereniza junto a um público específico, ou mais geral. Na atualidade ocorre a formatação do público leitor, como ocorreu nas décadas anteriores. Os jornais modificam-se gráfica e editorialmente, modificam sua linguagem, na busca de novos "targets", de um público, e de novos públicos, o público-alvo. É o pressuposto da sobrevivência. Esgota-se um público, busca-se outro. É a descoberta dos nichos. E quando se torna difícil essa empreitada, vendem-se subprodutos, como dicionários, enciclopédias, mapas, discos, CDs e filmes, até que ocorra o resgate de um público, ou a descoberta de novos nichos. É um ciclo econômico do jornal impresso. Jameson (1991, p. 30) afirma que a "urgência desvairada da economia em produzir novas séries de produtos que cada vez mais pareçam novidade, com um ritmo de *turn over* cada vez maior, atribui uma posição e uma função estrutural cada vez mais essenciais à inovação estética". Não é isso que ocorre, a cada dia, com maior vigor, no jornal impresso? Ou melhor dizendo, os jornais escapam a essa realidade?

Outro aspecto a evidenciar a característica de pós-modernidade nos jornais impressos é o caráter de superficialidade, a falta de profundidade, chancela das reformas iniciadas com a modulação e aprofundadas com a adoção dos projetos gráficos ousados, onde a imagem prevalece cada vez mais sobre o texto. Se as reformas ocorreram sob o argumento da necessidade da recuperação de leitores perdidos, com a adoção das pesquisas junto ao público, o que ocorreu após a consolidação das mudanças foi uma corrida frenética dos jornais impressos em busca de novidades gráficas e

computacionais, que a cada dia pudessem, o mais possível, mantê-los próximos da dinâmica trabalhada pela televisão.

É possível, ainda, compreender a tendência transformadora que resultou do Projeto Ruth Clark, formatada pelas pesquisas junto ao público leitor, e entender aquilo que, talvez, não tenha sido captado pelos seus realizadores à época: que o público pesquisado apresentou suas considerações e deu suas respostas calcadas em sua lógica de sociedade pós-moderna, moldado ao discurso televisivo, numa visão de sociedade do espetáculo. "Os *mass media* estão ao lado do poder na manipulação das massas ou estão ao lado das massas na liquidação do sentido, na violência exercida contra o sentido e o fascínio? São os *media* que induzem as massas ao fascínio, ou são as massas que induzem os media ao espetacular?", indaga Baudrillard em *Simulacros e Simulação* (1977, p.110).

Fica clara, em todas as análises aqui expostas, a influência da sociedade do espetáculo sobre a mídia impressa, embora esta influenciada pela televisão. A indagação de Baudrillard pode ser interpretada como uma afirmação no sentido de que as reformas que aqui nominamos de Projeto Ruth Clark constituem a face mais genuína do pós-modernismo no segmento do jornal impresso. Nada houve antes de Ruth Clark que abalasse sobremaneira a estrutura do jornalismo. Nada ocorreu ainda, ou até o presente momento, que modifique os parâmetros por ela impostos. Os jornais ensaiam uma nova adaptação, visando o jornalismo on line, a Internet, mas essa revolução está em seu princípio. Os jornais se reformam, mas não se desprendem de seu receituário pós-moderno. Dessa forma, Ruth Clark, na área do jornal impresso, é, e sempre será, inobstante os caminhos históricos do jornalismo no futuro, o ponto de ruptura, de divisão entre o que era moderno e o que se transformou em pós-moderno. O que era discurso, sentido, grandes narrativas e compromisso histórico e o que se tornou efêmero, imagem, produto e pastiche.

Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, J. *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BOURIDIEU, P. *Sobre a Televisão*. São Paulo, Zahar, 1997.

DEBORD, Guy. *Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1992.'

JAMESON, Fredric. *Pós Modernismo. –A lógica cultural do capitalismo tardio.* São Paulo, Ática, 1996.

LYOTARD, J. F. *O Pós-Moderno*. Rio de Janeiro, José Olympio, 1986.

MARCONDES FILHO, Cyro. *Jornalismo Fin-de-siècle*. São Paulo, Página Aberta, 1993.

SANTOS, Boaventura de Souza. *Introdução a uma ciência Pós-Moderna*. Rio de Janeiro, Graal. 1989.

Textos

FOLHA DE SÃO PAULO – Textos do FiloFolha (1986/1987).

O constrangimento nosso de cada dia: o jornalismo e os constrangimentos organizacionais

Mozahir Salomão (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – Brasil)

(mozahir@uol.com.br)

Sumário

Este texto pretende discutir como, nas rotinas produtivas do jornalismo, o exercício profissional é impactado, cotidianamente, por diversos tipos e formas de coerção. Além das ordens superiores, que tentam ordenar o trabalho jornalístico em relação a temas, formas e tons de cobertura, existe um controle não corpóreo, não explicitado – que não se diz ou não se escreve, mas que está ali, diariamente, a pontuar, nortear, restringir o trabalho na redação. A constranger. O tipo de constrangimento que interessa aqui é aquele resultante das próprias rotinas produtivas da notícia e das relações que engendram a cultura profissional e, muitas vezes inconscientemente, acaba sendo exercido pela própria redação em sua rotina de trabalho.

Abstract

This text intends to discuss how, in the productive routines of the journalism, the professional routine is affected, daily, by many types and forms of coercion. Beyond the superior orders, that try to command the journalistic work in relation to the subjects, forms and ways of covering the news, a non-corporeal control exists, not explicited - that it is neither said nor written, but that it is there, daily, to stress, to guide, to restrict the work in the editorial staff. To constrain. The type of constraint that interests in this situation is that resultant of the proper relations that are part of the professional culture and, many times unconsciously, finishes being played by the editorial staff in its routine of work.

Introdução

A super-oferta de meios e a facilitação do acesso à informação criaram para a imprensa riscos maiores e mais freqüentes no que diz respeito aos cuidados éticos que a produção da notícia exige. Não é de se estranhar, então, que no momento em que uma avalanche de mensagens propiciada pelo correio eletrônico, sites noticiosos, blogs e mesmo mensagens informativas pelo telefone celular impõem-se também como fonte de informação, caiba ao jornalismo dito responsável reforçar cuidadosamente seus procedimentos básicos da construção noticiosa.

Melhorar as rotinas produtivas deve significar, para os jornalistas, ao que parece, utilizar-se bem das práticas e técnicas regulares e indispensáveis ao seu trabalho cotidiano. Apuração, checagem e configuração de uma narrativa jornalística que tenham como orientação principal o compromisso com a informação correta e de qualidade. Pode parecer o óbvio, mas, bem sabe-se que no meio do caminho da edição de um jornal - seja ele impresso ou de mídias eletrônicas/digitais - muito se perde e muito se transforma.

A complexificação dos processos de produção da notícia – que acompanhou a complexificação da própria sociedade – já há muito assinalou alterações substanciais nas rotinas produtivas do jornalismo, estabelecendo – respeitadas as particularidades culturais e regionais – novos parâmetros técnicos e referências éticas no balisamento da construção do conteúdo noticioso. A começar por uma constatação cruel para os jornalistas: o jornalismo perdeu a legitimidade exclusiva de informar. A explosão de sites que associam informação (que acabam não diferenciando notícia, curiosidades, banalidades) e entretenimento soma-se a essa mesma tendência verificada nos tradicionais ambientes do jornalismo, como telejornais e programas de rádio. A notícia sempre foi um produto exclusivo do jornalismo. Quem garante que continue assim?

Mas vamos nos ater aos tradicionais ambientes de exercício jornalístico – a imprensa em seus variados suportes. Mesmo por que a noção que se deseja tratar neste texto tem menos a ver com novas possibilidades tecnológicas de produção, distribuição e acesso à informação, e mais, por assim dizer, com as posturas e práticas que se instituíram, há mais de um século, na cultura profissional do jornalista, influenciando seu *modus operandi*.

Entre as teorias mais badaladas no final do século XX sobre o jornalismo, a teoria organizacional (Traquina, 1993), formulada por Warren Breed trata dos constrangimentos organizacionais sobre a atividade profissional do jornalista. Tal teoria tenta mostrar que, a todo momento, o jornalista é levado a ser "socializado" na política editorial da organização, através de uma sucessão sutil de recompensas e punições. E que muitas vezes (infelizmente, a maioria), ele se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que tivesse trazido consigo para o veículo onde trabalha.

Breed identifica alguns fatores que levariam a um conformismo com a política editorial da organização (e que enfatizaria uma cultura organizacional, ao invés de uma cultura profissional):

a) autoridade institucional e as sanções – muitas das sanções exercidas nas rotinas produtivas, ou seja, desde a distribuição das pautas ou exclusão de matérias;
b) sentimentos de obrigação e estima para com os superiores ;
c) ausência de grupos de lealdade em conflito – a resistência em muitas redações da presença e atuação da representação sindical;
d) o prazer da atividade – jornalistas gostam de seu trabalho, as tarefas são interessantes, resultam em satisfações de caráter não-financeiro;
e) as notícias como valor – a harmonia entre jornalistas e a direção é cimentada pelo interesse comum pela notícia.

Sem entrar em méritos ou julgamento de valor e aplicabilidade da teoria, os apontamentos de Breed colocam-se como pontos instigantes para se pensar sobre o exercício da profissão. No caso da imprensa brasileira, pode ajudar a compreender melhor práticas de um jornalismo que historicamente - principalmente a partir da década de 50 – vêm sendo marcadas pela neutralização do profissional jornalista enquanto sujeito, ator e autor intelectual, produtor de conteúdo e de conhecimento. Uma anulação que começa (ou termina) pelo texto – onde ele é, por determinação

de obtusos manuais, obrigado a apagar suas marcas enquanto enunciador e sujeito observador - e se dissemina por todo o processo de produção jornalística.

Constrangimentos de diversas ordens

O amplo vidro que separa a sala do chefe/diretor de redação do ambiente de trabalho de redatores, repórteres e apuradores nos veículos de comunicação está longe, certamente, de ser o ponto mais importante quando se trata dos constrangimentos organizacionais que afetam o jornalismo. Trata-se, aí, não de uma vigilância permitida por uma transparência física, mas de uma visibilidade que se funda, paradoxalmente, na opacidade das relações cotidianas no exercício da profissão e dos mais difusos interesses dos agentes envolvidos no processo de produção da notícia – seja a direção do veículo, outras áreas da empresa como o comercial e o marketing e/ou os próprios jornalistas.

Bem sabem os jornalistas que, a despeito de determinações e recomendações que venham diretamente da direção dos veículos ("lá de cima", como se costuma dizer em alguns deles) em relação a determinados temas, formas e tons de cobertura, existe um controle não corpóreo, não explicitado – que não se diz ou não se escreve, mas que está ali, diariamente, a pontuar, nortear, restringir o trabalho na redação. A constranger.

Dentro da cultura profissional, sabe-se que a direção da empresa não tem que, geralmente, explicitar seus pontos de vista para estabelecer como as pautas devem ser cumpridas. Este nível de coerção, com o qual o jornalista acaba, de alguma maneira, aprendendo a lidar é por demais conhecido. Mas o tipo de constrangimento que interessa a esta discussão é de outra ordem. Ao ingressar em uma equipe de trabalho, o jornalista vai, rapidamente, intuindo e percebendo os humores, níveis de aceitação e rejeição em relação a temas, agentes, formas narrativas compartilhados pelos colegas de trabalho.

A opção da imprensa no Brasil por um modelo de "essencial objetividade jornalística", que se contrapôs ao jornalismo polemicista das décadas de 1930 e 1940 teve alguns efeitos nefastos na

qualidade do jornalismo no País pelo menos, pode-se dizer, nas cinco últimas décadas. Se a intenção foi trazer a imprensa brasileira para uma "modernidade" (tardia), deixando de lado um viciado modelo de jornalismo de coronéis e magnatas, a médio prazo, a adoção do lead (praticamente um século depois), do *copydesk* e do jornal como um produto simbólico intelectual da era industrial moderna, teve também efeitos cruéis em relação ao trabalho profissional do jornalista. A objetividade e imparcialidade a qualquer custo mais do que uma cultura produtiva se tornaram um dogma.

A postura da objetividade jornalística parece ter livrado a grande imprensa brasileira do polemicismo estéril e mesquinho preso prioritariamente aos interesses dos donos dos jornais, mas impôs a imprensa, por outro lado, um exercício do jornalismo tímido, acrítico. Proporcionou, entre outros desvios, o jornalismo eminentemente declaratório, de meras versões. Do repórter praticamente ausente da enunciação.

Gostaria, ainda, de pontuar esta reflexão, retomando pelo menos dois aspectos importantes da obra de Michel Foucault e que podem, creio, contribuir para uma melhor análise: a natureza reticular do poder e a noção de panoptismo. Michel Foucault alerta para um cuidado importante para se pensar o poder: o poder deve ser analisado como algo que funciona em cadeia, não está localizado aqui ou ali, nem está nas mãos de alguns. O poder não é um bem, mas é algo que se exerce em rede e nessa rede todos indivíduos circulam, sendo que qualquer um pode estar em posição de ser submetido ao poder mas também de exercê-lo. Nessa perspectiva, não se trata da questão de "quem tem o poder", mas de estudá-lo no ponto em que se implanta e produz seus efeitos reais. Aqui, vale recuperar também a noção de *efeitos de verdade* que o poder produz, como o poder se legitima nas relações criando discursos que funcionam como norma.

Algumas destas noções são de atualidade questionável pelo fato de serem entendidas como pertinentes ao que se costuma chamar modernidade. Pois é a partir deste lugar que falo, mesmo entendendo que há outras circunstâncias e ambientes alterados em relação a ela no mundo contemporâneo.

O *Panopticon* era um edifício em forma de anel, com um pátio no meio no qual havia uma torre central com um vigilante. Esse anel se dividia em pequenas celas que davam tanto para o interior quanto para o exterior, o que permitia que o olhar do vigilante as atravessasse. Essa forma arquitetônica das instituições valia para as escolas, hospitais, prisões, fábricas, hospícios (Foucault, 2002: 167).

O *Panopticon* era uma espaço fechado, recortado e vigiado em todos os seu pontos. Nele, os indivíduos estavam inseridos num lugar fixo, com os menores movimentos e acontecimentos controlados. O poder era exercido segundo uma figura hierárquica contínua, o que permitia que cada um fosse constantemente localizado, examinado e distribuído (Foucault, 2002: 178). Assim, a vigilância hierárquica sobre os indivíduos permitia a articulação de um *poder* com um *saber*, que determina se alguém está se conduzindo como deve ou não. Essa articulação se ordena em torno da *norma*, do que é ou não normal, do que é correto ou incorreto, do que se deve ou não se deve fazer

A partir, também, de Foucault, a proposição deste trabalho, e de antemão já conferindo-lhe mais uma natureza de *feeling* do que de constatação científica, é de que os processos produtivos da notícia são intensamente perpassados por mecanismos de auto-controle que têm origem nos seus próprios agentes e silenciosamente pactuados pelas redações.

Não creio ser exagero afirmar que os jornalistas – dentro de seus veículos – acabam por pactuar e estabelecer perspectivas e convenções minimamente harmoniosas de onde emergem desde os critérios de noticiabilidade (que acabam por definir a "visão de mundo" que possui o grupo), como também escalas de valores de inclusão e rejeição de pautas/fontes/entrevistados a partir de critérios nem sempre claros e objetivos. Os estudos sobre agendamento da imprensa já demonstraram como essa "ação em grupo" e essas determinações coletivas acabam por influenciar diretamente os critérios de noticiabilidade. Percebe-se, assim, a existência de níveis distintos e entrecruzados de contratos firmados pelo jornalista: com as determinações de ordem deontológica da profissão que exerce; com o patrão, que explícita ou veladamente lhe assinala quais são os interesses da empresa; com o público consumidor da notícia que ele produziu (com quem contratou a garantia de uma

"verdade" sobre o real) e, com seu grupo corporativo de trabalho – que busca articular-se, a todo o momento, em torno de uma unidade, uma identidade harmoniosa na construção do noticioso, diariamente refeito.

Nesse sentido, dos cinco aspectos apontados por Warren Breed como fatores que levariam o jornalista a se conformar com a política editorial da organização, dois merecem uma atenção especial: o que o autor denomina de "prazer da atividade – jornalistas gostam de seu trabalho, as tarefas são interessantes, resultam em satisfações de caráter não-financeiro" e ainda "as notícias como valor – a harmonia entre jornalistas e a direção é cimentada pelo interesse comum pela notícia".

Em relação ao primeiro aspecto, vale lembrar que os jornalistas constituem um grupo social que partilha de um imaginário de representações (Ponte, 2005) sobre seu próprio ofício. Para a categoria, em geral, as situações de risco e obstáculos ao exercício do trabalho jornalístico são, de maneira ambígua, senão paradoxal, fonte de estresse e prazer. Se o *dead-line* é motivo para permanente angústia e reclamação da categoria, dele também resulta um certo prazer assumido pelo jornalista, pois lhe dá a curiosa e irreal sensação de vitória sobre o próprio tempo. Cristina Ponte destaca que o risco é um dos elementos base de identificação simultaneamente interpretativa e imaginária do trabalho jornalístico.

> Interpretativa pela situação *arriscada* de cobertura no terreno de situações de conflito e de exercício profissional em quadros de ausência de respeito pelo exercício desse direito e que exige tomadas de decisão que confrontam constrangimentos com valores profissionais éticos. Também encontramos a idéia de *risco* na intensa incerteza e no próprio espaço da redacção em processos de decisão quotidiana, feitos sob fortes constrangimentos de tempo: *risco* nas decisões editoriais de agendamento e tratamento de temas, na situação concorrencial de disputa de mesmas audiências, na avaliação pública contínua a que são sujeitas as suas produções. (Ponte, 2005:144)

A autora chama a atenção ainda para o fato de que, entre os elementos constitutivos do imaginário coletivo dos jornalistas, o *risco* e o imprevisível surgem como oposição a um trabalho organizado por rotinas. Seria, assim, o jornalismo uma atividade de não-rotina – algo muito presente no discurso dos profissionais experientes quanto dos que estão ingressando na profissão ou se preparando para fazê-lo.

Mauro Wolf, ao analisar as *routinées* produtivas (WOLF, 1999) lembra que essas rotinas se dão em três fases: a coleta, a seleção e o *editimg* e sua divulgação. Para ele, a fase da coleta (o recolho), por assim dizer, negaria o essencial da ideologia profissional que retrata o jornalista como alguém que tem como atividade principal a caça de notícias. Wolf destaca que os canais de coleta de material já estão profundamente estruturados em função de avaliações de noticiabilidade: redes estáveis de fontes. Isso faz com que a fase da coleta seja influenciada pela necessidade de se ter um fluxo constante e seguro de notícias, o que acabaria privilegiando os canais de coleta e fontes que melhor satisfazem essa exigência: fontes institucionais e as agências. A forma de organizar a coleta de materiais noticiáveis e a necessidade de rotinizar o trabalho levariam, assim, a uma redução dos possíveis canais de coleta - prevalecendo exigências de ordem operativa (racionalização do trabalho, redução de custos, redução dos tempos etc)

A fase seguinte das rotinas produtivas, a seleção dos acontecimentos, tomando-se ainda como referência Mauro Wolf, lança luz também sobre esta reflexão sobre os constrangimentos. A triagem e organização do material que chega à redação constituem o processo de conversão do acontecimento em notícia. O autor destaca que a seleção não é apenas uma escolha subjetiva do jornalista – mas institui-se como um processo complexo, que se desenrola ao longo de todo o ciclo de trabalho. As motivações nem sempre têm a ver apenas com a necessidade de produzir e transmitir notícias e que predomina nessas fases de seleção e produção um discurso de "eficiência" para que se alcance o máximo de rendimento de três recursos: pessoal, o formato e o tempo de produção. Wolf lembra ainda que o processo de seleção é um funil. Contém histórias de ontem,

atuais e as permanentemente adiáveis – que podem ser retiradas a qualquer momento para dar lugar às *breaking stories* (notícias imprevistas).

Ao discutir como se fabrica a realidade jornalística, Miguel Túnez chama a atenção para o fato de como as rotinas produtivas do jornalismo tendem a não apenas reproduzir a ideologia dominante, mas adequá-la à ideologia do veículo.

> Ocurre que los acontecimientos noticiosos anunciados por lãs fuenetes institucionales acostumbran a ser incorporados en las programaciones de cobertura informativa de rutina como actos previstos en la agenda, porque la presión del tiempo propicia lo que Suart Hall el all refieren como "calendarización del trabajo". (Túnez,1999:191).

Estabelecem-se, por diversas maneiras, enfim, os constrangimentos ao trabalho jornalístico. Possuem dimensões e naturezas distintas. Se têm eles a ver com interesses e jogos de poder dos proprietários dos veículos e dos grupos em que estes se inserem e/ou representam, possuem, também, um caráter organizacional originado nas relações do profissional jornalista com a empresa em que trabalha e desta com o ambiente exterior.É fortemente crivado ainda pela complexa engrenagem em que se dá o fabrico da notícia: as determinações de ordem linguageira; a deontologia profissional, os mitos do trabalho jornalístico; as limitações de natureza estrutural para a execução do trabalho e, certamente, as interferências distintas inerentes a qualquer campo de atividade intelectual e que são da ordem do político, do cultural, ideológico, do psicológico etc. Tentando sistematizar, diria que os constrangimentos organizacionais se dão, entre outros fatores:

a) pelas coerções de natureza temporal que influenciam diretamente no trabalho jornalístico;
b) com a necessidade de o jornalista adaptar-se à ideologia e formas de percepção da realidade do seu grupo de redação e, por extensão, do veículo em que trabalha;

c) filosoficamente, em função de mitos como o da objetividade e da imparcialidade se fazem presentes no discurso sobre a profissão e de como o jornalista acredita que pode, efetivamente, representar fielmente o real;

d) a partir de uma cultura profissional balizada por parâmetros éticos claros e convencionada, mas que, não raramente apresenta divergências em sua interpretação e aplicação nos âmbitos individual e coletivo dos grupos de redação;

e) O *editing*: as imposições de natureza formal - linguageira e estética.

Em relação a este último item, é curioso como que, na profissão, dá-se uma outra conformação – de natureza logotécnica - do jornalista em relação à atividade. Se no imaginário dos futuros e jovens profissionais, o jornalismo seria espaço privilegiado para o exercício de uma narrativa de qualidade e eminentemente intelectiva, a imposição de um estilo vigiada coercitivamente pelos manuais de redação dos veículos inibe radicalmente aqueles que tentam vôos individuais.

No caso da mídia eletrônica, como lembra Mauro Wolf, a fase de preparação e apresentação dos acontecimentos dentro do formato e da duração dos noticiários consiste, precisamente, em anular os efeitos das limitações provocadas pela organização produtiva para restituir à informação o seu aspecto de espelho do que acontece na realidade exterior. Se nas fases anteriores há um trabalho de descontextualizar os fatos do quadro social, histórico, cultural etc, "nesta última fase produtiva executa-se um a operação inversa: recontextualizam-se esses acontecimentos". (Wolf: 1999:220).

Segundo o autor, a fragmentação dos conteúdos e da imagem da realidade social situa-se entre esses dois movimentos: por um lado, a extração dos acontecimentos do seu contexto e a reinserção dos acontecimentos noticiáveis no contexto constituído pela confecção, pelo formato do produto informativo.A rigidez do formato acaba por se constituir o padrão ao qual são adaptados os conteúdos dos noticiários.

A fase do *editing* em como principal função transformar o acontecimento numa história com princípio, meio e fim, "com o objetivo de fornecer uma representação sintética, necessariamente breve, visualmente coerente e possivelmente significativa do objeto da notícia".

Se tomarmos emprestada a noção de campos de Pierre Bourdieu, que se configuram a partir da existência de um capital específico, podemos entender, como propõe Christa Berger (1996), que o campo do jornalismo detém, de maneira privilegiada, na sociedade, o capital-simbólico, pois é da natureza do jornalismo fazer crer. Berger salienta que se cada campo possui um capital específico, a cada capital corresponde um discurso.

O campo do jornalismo, de natureza marcadamente informativa, operacionaliza um discurso que tem como função à reposição do real. De atendimento a esse desejo interno e obsessivo do homem de fruição do presente. De estabelecimento de um amplo, mas muitas vezes discriminador e excludente espaço público midiático, que retroalimenta a permanente ilusão de onisciência, ubiqüidade e de efetiva conquista do tempo real. Uma falsa impressão da vitória sobre o tempo lógico e uma vingança contra a impossibilidade da permanência.

Podemos tomar a notícia como unidade básica do jornalismo, seu produto essencial, a maneira que encontram os jornalistas para repor a cena primária, o fato como ele se deu e que escapa ao leitor/ouvinte/telespectador, como designou Antônio Fausto Neto (Fausto Neto 1997.). E é o próprio Fausto Neto quem nos ensina que a cena primária escapa, na verdade, ao próprio jornalista que tem, no discurso jornalístico, uma contratação de objetividade com o receptor que, afinal, nunca se realiza, se plenifica. Ao construir a notícia, o jornalista está vulnerável a interferências de caráter ético, político, ideológico, psicológico – para citar algumas. Ao estabelecer seus recortes – dado que o jornalismo é, em essência, fragmentário – o jornalista faz opções - de seleção e rejeição de dados e informações – para construir sua notícia. A notícia não é e não pode ser tomada como o fato em si. É mero relato. Usando o conceito de Miquel Alsina é a "representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível". É, antes,

uma remodelação, uma construção mental do objeto, concebido como não separável da atividade simbólica de um sujeito, inserido no campo social (Alsina. 1989:93).

Conclusão

Certamente não se pode creditar exclusivamente ao jornalista, em seu trabalho profissional, as perdas e danos que a notícia contém e, muitas vezes, provoca. A imprensa é lugar, acima de tudo, de busca e exercício do poder. O jornal é uma instituição que se oferece como olhos e ouvidos da sociedade, mas que também fala, argumenta, polemiza e defende aquilo que é de seu interesse – seja da ordem do político, do econômico, cultural, religioso etc. Além disso, o caráter essencialmente fragmentário e precário da informação jornalística, aliado, no caso brasileiro, a um discurso de objetividade e imparcialidade, coloca a notícia sempre em circunstância de efemeridade e incompletude. A notícia refere-se sempre ao singular, a uma factualidade que se esgota na descrição da cena. Como já se disse aqui, é "a construção de um mundo possível".

Melhorar as rotinas produtivas, insisto, pode começar pela aceitação pelo repórter de que o que ele oferece ao leitor não é o fato, mas uma versão construída dentro de técnicas específicas e produzida dentro de uma lógica fabril e institucional. Melhorar o fazer jornalístico deve significar uma maior inquietação frente à informação facilmente obtida e a um mundo que insiste em apresentar-se como correto e lógico

Comecei este texto citando Foucault e, por coerência, mas, exatamente aqui, sem a devida certeza, termino citando o mesmo autor. É creditada a Foucault a expressão "é preciso juntar o nome à coisa". É como sentimo-nos, os jornalistas, creio, muitas vezes. Vivemos presos e vigiados, mas assustamo-nos quando descobrimos que não temos efetiva liberdade de expressão.

Bibliografia

ALSINA, Miquel.(1989) *La consrución de la noticia.* Barcelona: Paidós.

BERGER, Christa. Em torno do discurso jornalístico. In FAUSTO NETO, Antônio e PINTO, Milton José.Orgs.(1996). *O indivíduo e as mídias.* Rio de Janeiro: Diadorim

FAUSTO NETO, Antônio. (1997) *Em busca da cena primária.* Copião do autor.

FOUCAULT, Michel. (2002) Vigiar e punir. Petrópolis: Editora Vozes.

PONTE, Cristina. (2005). *Para entender as notícias.* Florianópolis: Insular.

SALOMÃO, Mozahir. (2004) *Melhorar as rotinas do jornalismo*. [On line] Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br em 15.01.2007.

SOUSA, Jorge Pedro. (2000) . *A notícia e seus efeitos. Coimbra:* Minerva Editora.

TRAQUINA, Nélson.(1993) *Jornalismo: questões, teorias e estórias.* Lisboa: Editora Vega.

TÚNEZ, Miguel. *Producir noticicas*. Santiago de Compostela: Tórculo Edicións.

WOLF, Mauro. (1999). .Teorias da Comunicação. Lisboa: Editorial Presença.

A introdución das normas de xestión da calidade na empresa de comunicación

Francisco Campos (Universidade de Santiago de Compostela)

(fcampos@usc.es)

Sumário

A calidade é un obxectivo, un argumento e un reto que está moi presente nas declaracións estratéxicas e no discurso sobre os medios de comunicación pero que, sen embargo, non se traduce de forma práctica nos seus sistemas e modelos de xestión, como ocorre noutros procesos industriais. Non é porque se trate da complexidade das organizacións que elaboran estes produtos e servizos diferenciados, de carácter material e inmaterial e con contido simbólico, senón máis ben pola falla de tradición e retraso na introdución das modernas técnicas de xestión. A concepción esencial da xestión da calidade hoxe en día é orientar a organización cara o usuario a través da eficiencia e da mellora continua. O mesmo ó que aspira calquera organización ou medio de comunicación. Por iso resulta contraditorio que moi poucas empresas de comunicación teñan aplicado e desenvolvido sistemas normalizados de xestión da calidade. Desde a perspectiva de España e Portugal, tratamos de introducir no ámbito académico e investigador as normas e técnicas de xestión da calidade aplicadas á empresa e á industria da comunicación.

A calidade é un obxectivo, un argumento e un reto que está moi presente nas declaracións estratéxicas e no discurso sobre os medios de comunicación pero que, sen embargo, non se traduce de forma práctica nos seus sistemas e modelos de xestión, como ocorre noutros procesos industriais. Non é porque se trate da complexidade das organizacións que elaboran estes produtos e servizos diferenciados, de carácter material e inmaterial e con contido simbólico, senón máis ben pola falla de tradición e retraso na introdución das modernas técnicas de xestión. A concepción esencial da

xestión da calidade hoxe en día é orientar a organización cara o usuario a través da eficiencia e da mellora continua. O mesmo ó que aspira calquera organización ou medio de comunicación. Por iso resulta contraditorio que moi poucas empresas de comunicación teñan aplicado e desenvolvido sistemas normalizados de xestión da calidade. Desde a perspectiva de España e Portugal, tratamos de introducir no ámbito académico e investigador as normas e técnicas de xestión da calidade aplicadas á empresa e á industria da comunicación.

Menos de medio cento de empresas do sector máis tradicional da industria da comunicación -a prensa escrita- contan ata agora con certificacións de calidade rexistradas pola Asociación Española de Normalización e Certificación (AENOR), a entidade legalmente responsable da elaboración das normas UNE (normas españolas). A maioría desas certificacións de calidade corresponden a sistemas de xestión de distintos grupos de comunicación (Recoletos), plantas de impresión dos principais rotativos españois (El País e El Mundo), talleres gráficos de periódicos rexionais (Heraldo de Aragón, Diario de Cádiz, Correo Vasco e Correo Gallego) e outras empresas de produción gráfica. Tamén en Portugal son as editoras e empresas gráficas as principais empresas do mundo da comunicación que contan con certificación da Associaçao Portuguesa de Certificaçao (APCER). Tampouco pasan moito do medio cento as empresas gráficas e editoras lusas, entre as máis de 4.000 certificadas en Portugal, de 39 sectores, segundo a clasificación da Associaçao Portuguesa para a Qualidade (APQ).

A introdución das normas de control de calidade é unha vella tradición da industria gráfica, que se remonta en España á década dos anos 80 do século pasado pero, sen embargo, superada na actualidade polos novos conceptos da mellora continua e da calidade total, que estenden a súa eficacia e eficiencia á integridade da xestión das organizacións, como requisito esencial para mellorar o froito dos seus produtos e servizos. Sen embargo, neste senso a empresa de comunicación en xeral, tanto en España coma en Portugal, está aínda moi atrasada e alonxada da introdución dos modernos sistemas de xestión da calidade total, que actualmente deben formar parte da xestión integral de calquera empresa ou organización que se identifique coa necesidade de lograr

a satisfacción das expectativas dos seus receptores ou clientes internos e externos na procura da mellora continua e da excelencia.

Do control á xestión da calidade

A concepción da calidade, en termos de xestión, está relacionada coa evolución dos sistemas de produción e dos seus modelos de organización. Nas primeiras fases da produción industrial a calidade converteuse nun paradigma estatístico que, sen embargo, a organización burocrática non foi capaz de controlar a través da súa eficacia inspectora e tivo que recorrer á planificación, ó control e á mellora continua. Pero tampouco a organización tradicional e xerárquica, nin tampouco o modelo matricial intermedio, foron capaces de resolver o dilema global da calidade, formado polas súas características e perspectivas internas e externas. Eses dous modelos de xestión, en troques, só resolvían parcialmente o problema da perspectiva interna da organización. Era necesario un enfoque máis sistémico, completo e aberto, mediante a xestión de procesos, para incorporar o valor como elemento esencial que atravesa tódolos niveis da organización e que é apreciado e percibido polo receptor ou cliente de forma moi diversa. A cadea de valor como instrumento estratéxico da vantaxe competitiva (Porter, 1986) e a mellora continua de tódolos procesos –sobre todo aqueles considerados claves- que integran as actividades dunha organización conforman outra visión máis completa, de dentro e desde dentro cara fóra, que recibe o nome de xestión da calidade total.

A xestión da calidade, orientada á prevención e a tódalas actividades da empresa, supera o concepto de control, baseado no produto e na súa inspección, e axuda ó mesmo tempo a resolver a problemática da comprensión da función dos servizos. Estes, a diferenza dos produtos, son intanxibles que se producen ó mesmo tempo que se consumen e que, polo tanto, non se pode controlar a súa calidade antes de entregalos; hai que planificala e xestionala por anticipado. Ademais, a imposibilidade de realizar un servizo sen a participación dun usuario é outra das

características fundamentais desde o punto de vista da calidade. A comprobación da calidade dos servizos realízase a través das súas prestacións, elementos tanxibles, peculiaridades, fiabilidade, conformidade coas especificacións, capacidade de resposta, profesionalidade, credibilidade, seguridade, comunicación, imaxe e consecuencias. Coma no caso dos produtos, non soamente se poden comprobar as características dos servizos senón tamén os seus resultados e procesos de prestación.

Os principios da xestión da calidade, definidos mediante normas elaboradas a partir de 1987 pola Organización Internacional de Normalización (ISO), creada en 1951 en Xenebra, baséanse no enfoque cara o receptor e ó cliente, no liderado, participación do persoal, organización a través dos procesos, enfoque do sistema para a xestión, mellora continua, toma de decisións a partir de feitos e relacións mutuamente beneficiosas para os provedores. Os principios de xestión da calidade son aplicables a calquera tipo de empresa así como ós seus produtos e servizos. A definición e identificación da calidade é unha cuestión prioritaria e esencial. En termos de xestión non se trata dunha dimensión filosófica ou abstracta da calidade. A calidade, segundo a norma ISO 9000:2000, é "o grao no que un conxunto de características inherentes cumpre cuns requisitos establecidos". A definición é susceptible de moitas outras matizacións, enfoques e perspectivas, que van unidas a aspectos concretos relacionados coa fabricación, co produto, co valor, co receptor, coa excelencia, coa satisfacción e coa percepción. A concepción da calidade historicamente tamén ten evolucionado moito.

A avaliación da calidade vai parella á evolución das formas e procesos de produción. Na época preindustrial eran os artesáns os que supervisaban e garantían a calidade como elemento da súa propia personalidade e con respecto ós seus propios clientes. Para afrontar a produción en masa, a revolución industrial aplica a estandarización, a especificación e a estatística para someter a calidade á verificación da inspección. Coa introdución do taylorismo, a finais do século XIX, sepárase a planificación da execución da produción, a través da cadea de montaxe e mediante a

produción estandarizada e organizada, o que fai necesaria a inspección base de determinadas mostras para detectar erros e establecer uns mínimos principios da calidade.

O aseguramento da calidade, na segunda década do século XX, convértese nunha necesidade da crecente produción industrial, que o norteamericano George Edwards propón como principio directivo esencial para a superación dos múltiples erros producidos na fabricación en serie das centraliñas telefónicas da Western Electric. Edwards regula o proceso produtivo a través dunha serie de procedementos sistemáticos para garantir a calidade requirida. Walter Shewhart, un pouco máis tarde, a comezos da década dos 40 do pasado século, implantaba nos Laboratorios Bell, onde traballaba, os primeiros procedementos estatísticos para medir e mellorar a calidade da súa produción fabril. Xunto a Shewhart, que se lle considera coma o pai do control estatístico da calidade, traballaban Edwards Deming e J.M. Juran, outras dúas personalidades significativas da xestión da calidade no século XX. Eran os anos da segunda guerra mundial e da necesidade por parte dos Estados Unidos de producir con rapidez e precisión novas armas que lle permitisen achegar a vitoria e a futura hexemonía mundial.

As principais compañías de fabricación xa dispoñen na segunda metade do século XX de grandes departamentos de calidade e é, precisamente, o director dun deles, Armand Feigenbaum, da General Electric, quen publica en 1951 a obra *Total Quality Control* (TQC, Control Total da Calidade), que propón a necesidade de que toda a organización se implique para asegurar a calidade do produto a través de todo o ciclo de vida do mesmo, desde o deseño ata a entrega ó cliente. Joseph M. Juran, de orixe rumano pero afincado en Estados Unidos, tamén publica en 1951 o seu *Manual de control da calidade*, que tivo gran repercusión mundial pola súa chamada triloxía da calidade, formulada a través da planificación, o control e a mellora continua.

W. E. Deming, outro discípulo de Shewhart, que tamén traballara con Juran en Bell, foi comandado polo Departamento de Defensa de Estados Unidos para facer estudios económicos sobre Xapón, entre 1946 e 1948, que lle permiten establecer contactos e relacións coa Unión de Enxeñeiros e Científicos do país nipón para ensinar as técnicas de xestión de calidade como estratexia para a

consecución de vantaxes competitivas e obxectivos a longo prazo. Xapón asume a derrota militar non tanto coma frustración melancólica senón máis ben coma reto nacionalista de superación científica a través da innovación para intentar conquistar a seguinte batalla da revolución postindustrial. Por iso mesmo as ideas da innovación e da calidade industrial atopan terra fecunda no laborioso desexo de recuperación e rexeneración do país nipón. Ata o punto de que é Xapón quen recoñece desde a década dos anos 50 o Premio Deming como reto e estímulo para a xestión da calidade, o primeiro dos tres grandes galardóns deste tipo que existen no mundo. Os outros dous son o Malcom Baldridge, establecido en 1987 por Ronald Reagan en Estados Unidos, e o da EFQM creado en 1991 pola Unión Europea.

O modelo Deming está formulado a partires da planificación, execución, comprobación e actuación. O famoso ciclo PDCA ou roda Deming é un proceso dinámico (que está permanentemente activo e rodando) para a resolución de problemas que se pode aplicar dentro de cada un dos sistemas da organización para lograr a súa mellora continua. Como diciamos, os métodos de Deming tiveron grande repercusión e suceso en Xapón e serviron para a popularización neste país, a pesares de que foran creados en Estados Unidos, dos chamados círculos de calidade, que difundiu e desenvolveu alí o profesor Kaoru Ishikawa. Este profesor comezou aplicando métodos estatísticos para a mellora da calidade industrial e logo avanzou cara o estudio das causas-efectos ou diagramas que representan as posibles causalidades dun problema representado a través da chamada espiña de pescado de Ishikawa. En troques, o diagrama de Pareto servía para discriminar cales eran as causas máis importantes dunha causa ou problema.

Xaponeses e norteamericanos seguen a traballar afanosamente sobre a calidade nos anos seguintes. Genichi Taguchi e Shigeo Shingo abordan, respectivamente, a perda da calidade dun produto desde a súa creación ou a concepción e o método da “poka-yoke” (a proba de erros) para chegar ó obxectivo de cero control de calidade (ZQC). Philip B. Crosby, a partir do concepto de “cero defectos”, propón o primeiro programa de xestión da calidade, con catro principios: definición da calidade, sistema de prevención da calidade, cumprimento estándar e medición da calidade. A

calidade, como modelo de xestión, convértese en paradigma competitivo da industria norteamericana e mesmo na institucionalización que Reagan aplica a través do premio Malcom Baldrige. En 1991 créase a Fundación Europea para a Xestión da Calidade (EFQM) e o seu mesmo galardón internacional para a mellora da calidade. O modelo iberoamericano da excelencia empresarial institúese tamén a través dunha fundación e do seu respectivo galardón internacional a partir de 1999.

A estandarización e a normalización

A estandarización das normas de calidade remóntase á metade do século pasado, cando en 1947 se crea a Federación Mundial de Organismos Nacionais de Normalización, que pouco despois toma o nome de Organización Internacional de Normalización (ISO). En 1947 créase o Comité Europeo de Normalización (CEN), que se integra na ISO e desenvolve as normas EN. As normas poden ser de carácter internacional, identificadas coas siglas ISO, as europeas coas siglas EN e as españolas coas de UNE. Os distintos países teñen desenvolvido leis, normas e entidades relacionadas coa calidade. En España AENOR é a institución responsable da elaboración das normas de calidade e a Entidade Nacional de Acreditación (ENAC) é o organismo encargado de garantir a cualificación técnica e profesional dos organismos certificadores.

Unha vez establecidas as normas de calidade, pódese comprobar o seu cumprimento ou adaptación. Isto é o que se coñece por comprobación dos requisitos, auditoría e certificación. Pódense certificar produtos, sistemas, procesos, servizos e persoas. Neste último caso a certificación de persoas realízase en España a través do CERPER, que funciona na Asociación Española para a Calidade (AEC). A certificación pode ser obrigatoria ou voluntaria e a través de distintas normas, aínda que as máis coñecidas e usadas son as das series ISO 9000, 9001, 9004 e 14000. As tres primeiras referidas á definición, xestión e mellora da calidade e a segunda sobre a xestión medioambiental.

Un sistema de xestión de calidade é o xeito a través do que a organización dirixe e controla aquelas actividades empresariais que están asociadas a ese obxectivo. Está formado por unha estrutura organizativa, un sistema de planificación, procesos, recursos e documentación para acadar a calidade formulada, para mellorar os produtos e servizos e para satisfacer as necesidades dos clientes. A ISO 9001:2000 promove un enfoque da xestión baseándose nos procesos para a mellora continua do sistema de xestión da calidade mediante a responsabilidade da dirección, medición e análise da mellora e xestión dos recursos necesarios para que os requisitos establecidos de partida sirvan para satisfacer as necesidades e demandas dos receptores ou clientes.

A xestión por procesos, a diferenza da xerárquica e mesmo da matricial, estende por toda a organización funcional a responsabilidade e necesidade da mellora permanente e gradual para o conxunto integrado das actividades, concentrando toda a atención nos resultados en vez de facelo nas tarefas ou nas actividades, como teñen por costume cada un dos departamentos ou áreas da organización tradicional. Así o enfoque está dirixido ó proceso, destacando o autocontrol, a forte innovación, a flexibilidade, a información e o a compromiso compartidos así como mellora da competitividade a partir da mellora continua.

A xestión da calidade é desexada e está de moda nas empresas e nas organizacións pero non resulta tan fácil levala a cabo. Moitos falan de calidade pero son menos os que están convencidos ou dispostos a asumir a decisión estratéxica da súa implantación. As normas ISO 9001:2000 esixen da dirección demostrar o seu compromiso coa calidade, o enfoque cara o cliente, o establecemento dunha política de calidade, a súa planificación, organización e revisión do sistema. A implantación require da dirección a toma de decisión, a formación do comité de calidade (aínda que non o esixe a norma), a designación dun responsable e dun equipo de traballo para levala a cabo. Se a decisión da implantación da mellora da calidade se toma porque está de moda ou para cumprir un trámite administrativo, os resultados probablemente serán máis fracaso que éxito. Servirán e resultarán útiles cando a organización se convenza de que a súa transformación, rexeneración e mellora é posible a través dun novo modelo de xestión.

O proceso de introdución da calidade na organización comprende tres fases principais (documentación, implantación e certificación) e unha serie de pasos que comezan coa constitución do equipo de traballo, planificación, formación do equipo, diagnóstico previo e identificación de procesos, sensibilización dos empregados e redacción do manual de calidade e de procedementos. Na fase segunda da implantación xa se introduce a auditoría interna e logo, cando se afronta a certificación, chega a visita do organismo certificador, a súa auditoría externa, as accións correctivas e a certificación. A implantación dun sistema de mellora da xestión e da calidade presupón a súa avaliación periódica e tamén a súa certificación, tanto como instrumento interno de acción correctiva e preventiva como garantía de eficacia e eficiencia fronte a terceiros.

Sistemas de xestión e certificación

A ENAC, creada en base á Lei de Industria 21/1992 e ó R.D. 2200/95, é unha entidade privada, independente e sen ánimo de lucro que ten como misión coordinar e dirixir en España o sistema de acreditación dos organismos que realizan a avaliación da calidade (laboratorios, entidades de inspección e certificación, verificadores medioambientais e provedores de programas de intercomparación). O Instituto Portugués da Qualidade (IPQ) é a entidade nacional responsábel da xestión, coordinación xeral e desenvolvemento do sistema portugués da calidade, regulado a través da lei 140/2004 de 8 de xuño.

AENOR foi creada polo Ministerio de Industria e Enerxía do Reino de España en 1986 para o desenvolvemento da normalización e certificación en tódolos sectores industriais e de servizos co fin de contribuír á mellora da calidade, do medio ambiente e da competitividade das empresas. Ten editadas máis de 18.000 normas e realizadas máis de 51.000 certificacións de produtos e 11.500 sistemas de xestión, entre as que se poden citar as de xestión da calidade, xestión ambiental, seguridade e saúde laboral, accesibilidade e de proxectos e sistemas de I+D+I.

A APCER, a Associçao Portuguesa de Certificaçao, foi constituída en abril de 1996 para a certificación autónoma e independente dos sistemas de calidade portugueses polo Instituto Portugués da Qualidade, a Associaçao Industrial Portuense, a Associaçao Empresarial de Portugal e pola Associaçao Industrial Portuguesa. En Portugal a APCER é líder no mercado da actividade de certificación con máis de tres mil certificacións de conformidade desde a súa constitución. É parceira nacional da rede IQNet (The International Certification Network).

Outras entidades dedicadas á procura da promoción e da xestión da calidade son a Associaçao Portuguesa para a Qualidade (APQ) e a Asociación Española para a Calidade (AEC), creada en 1961, que ten afiliadas a preto de 5.000 empresas así como diversas actividades de formación, divulgación e comités técnicos especializados para o estudio da xestión da calidade. A AEC xestiona o Centro de Rexistro e Certificación de Persoas (CERPER) e o Rexistro de Profesionais Certificados pola European Organization for Quality (EOQ).

Entre as 4.106 empresas certificadas pola APCER, que se agrupan en 39 sectores de actividade, figuran trece editoras, 49 empresas gráficas, 59 de tecnoloxías da información e 57 relacionadas coa educación. Os sectores con maior número de certificacións son os do comercio en xeral, construción, metalurxia, saúde e industrias farmacéutica e química. No ámbito da comunicación en España predominan as instalacións industriais de impresión dos periódicos, editoriais, empresas de publicidade, tecnoloxías da información, fabricación de equipos e sistemas de televisión. A maioría das certificacións no sector da impresión corresponden ós sistemas de xestión da calidade a través da ISO 9001:2000 e do medio ambiente pola ISO 14.000. Canto a representación territorial, encabezan o número de certificacións nese sector as Comunidades de Madrid, Andalucía, Valencia, País Vasco, Cataluña, Galicia, Canarias, Aragón, Navarra e Castilla-León.

Unha gran parte das certificacións correspondentes a este sector pertencen, curiosamente, a empresas relacionadas cun só grupo de comunicación. O Grupo Recoletos de Comunicación, líder español da prensa especializada deportiva e económica, conta tamén con presenza en Portugal a través do Diario Económico e Semanario Económico. Forman parte deste grupo mediático español,

que facturou 200 millóns de euros en 2005, tamén os diarios deportivo Marca e o económico Expansión, o gratuíto Qué!, as revistas Telva e Actualidad Económica, publicacións médicas e farmacéuticas, empresas de organización de eventos e conferencias, de formación, medios dixitais e de xestión de publicidade. A finais do 2006 Recoletos anunciou a venda das súas tres publicacións de Arxentina (El Cronista, Semanario Empresarial Apertura e a revista Nuevas Tecnologías IT), mercadas en xuño do ano 2000.

Recoletos foi unha compañía española recuperada en 2005 polos seus creadores e directivos, a través da sociedade de carteira Retos, que a mercaron á multinacional británica Pearson, a través dunha oferta pública de accións que acabou coa súa exclusión da Bolsa. Foi a quinta operación económica de compravenda de medios máis importante do ano 2005. A pesares da súa rendibilidade, esa operación supuxo un endebedamento da compañía superior ós 900 millóns de euros que provocou varios rumores económicos en 2006 sobre a posibilidade de compra polo grupo italiano RCS, propietario en España do xornal líder da centrodereita El Mundo. A fusión deste grupo mediático especializado e dun dos xornais máis punteiros de Madrid foi unha das hipóteses reiteradamente baralladas pero publicamente negada polos seus protagonistas.

Este grupo, orixinario da unión dun equipo de profesionais dedicados á xestión de publicidade e edición de revistas para a muller, conseguiu o seu gran salto editorial na década dos anos 80 a través da adquisición mediante subhasta da cabeceira do xornal deportivo Marca. Converteu este periódico en líder da prensa deportiva e un dos de maior difusión xeral. Actualmente sitúase entre os quince primeiros grupos mediáticos españois en facturación. Tamén foi dos primeiros en apostar pola información especializada a través da prensa económica, dos xornais gratuítos e especializados. É un grupo tradicionalmente moi dinámico e con forte puxe innovador. No que destaca tamén Recoletos sobre outros grupos de comunicación españois é na integración dos sistemas de xestión da calidade nas súas respectivas compañías, no en balde as someteu ós respectivos procesos de certificación.

Recoletos, que ten mil empregados nas súas 32 compañías e un capital social de 40 millóns de euros, está dirixido por Jaime Castellanos, vencellado a unha das familias accionistas do BBVA e creadoras do grupo Vocento, líder da prensa rexional e propietario da terceira cabeceira madrileña ABC. Xunto a Castellanos forman parte da xestión de Recoletos Alejandro Kindelán, Francisco de Borja Prado Eulate, Rodrigo Echenique, José Joaquín Guell Ampuero, Ignacio de la Rica e Federico Merino Sanz. As súas compañías con certificacións de calidade corresponden ás plantas de impresión de Recoprint en Pinto-Madrid, Dos Hermanas de Sevilla, Rábade de Lugo e Sagunto; a Ediciones Cónica, editora da revista Telva de mulleres; a Ediciones Reunitel; á central xestora de publicidade Novomedia; e a Recoletos Medios Digitales S.L., editora do xornal gratuíto Qué!. Tamén teñen aplicado a certificación de calidade a todo o grupo matriz.

Recoprint é a marca e a sociedade empresarial na que o Grupo Recoletos integra as súas seis filiais creadas para cada un dos centros gráficos de multiimpresión nos que se imprimen os xornais Marca, Expansión e o gratuíto Qué!. Recoletos foi pioneiro en España, na pasada década dos anos 90, na introdución dun sistema de multiimpresión repartido por varias Comunidades españolas. As páxinas son editadas en Madrid, na Redacción central, e transmitidas vía satélite ata as plantas de impresión do Norte, Sur, Levante, ect. Para a instalación de cada un deses centros industriais de impresión creou unha empresa e implantou nelas o sistema de xestión de calidade.

Todas elas contan con certificación da calidade: Recoprint Pinto S.L., en Madrid, constituída en 1998 con 3,6 millóns de euros de capital e 90 empregados, facturou 12,1 millóns de euros en 2005. Recoprint Sagunto S.L., tamén construída en 1998, con 2,2 millóns de euros de capital e 25 empregados, facturou en 2005 uns 5,3 millóns de euros. Recoprint Rábade S.L., en Lugo, constituída no mesmo 1998, cun capital social de 1,5 millóns de euros, facturou en 2005 uns 2,1 millóns de euros. Recoprint Dos Hermanas S.L., en Sevilla, foi constituída en 1998 con 2 millóns de euros de capital e 30 empregados, cunha facturación de 3,9 millóns de euros en 2005. Recoprint Guimar S.L., coa mesma data de constitución, con 1,3 millóns de euros de capital social, facturaba

2,3 millóns de euros en 2005. En todas esas sociedades empresariais de impresión figura como administradora única Gloria Calvo Anguis.

A empresa editora máis nova e recente de Recoletos é Factoría de Información S.A., editora do xornal gratuíto Que!, constituída en Madrid o 16 de novembro de 2004, cun capital social de 13,3 millóns de euros e 207 traballadores, a través de Recoletos Medios Digitales S.L., presidida por Luis Infante Bravo e como administradores solidarios figuran Alejandro Kindelán Jaquotot, Ignacio de la Rica Aranguren, Carlos de Godó Valls, Aurora Cata Sala, Santiago Nolla Zayas e Javier Albacar Rodríguez. Esta empresa declara no seu primeiro ano de exercizo, o 2005, unhas vendas de 18,3 millóns de euros, perdas de 16,5 millóns, 5,8 millóns de euros de endebedamento e uns activos de 17,9 millóns.

Outra pranta de impresión con certificado de calidade é da Sociedad Vascongada de Producciones S.L., constituída no ano 2000, cun capital social de tres millóns de euros, 37 traballadores, 7,5 millóns de euros en 2005 e participada por Comeco Impresión, filial do grupo Vocento. Este grupo mediático, que debutou na Bolsa a finais de 2006, orixinario na súa propiedade de varias familias vascas, é actualmente propietario dun periódico nacional (ABC), doce xornais rexionais, unha axencia nacional de novas (Colpisa), tres suplementos de prensa, participación principal na primeira televisión xeralista (Telecinco), unha cadea radiofónica (Punto Radio), unha rede de 48 televisións locais, tres productoras de cine e televisión así como portais locais, xeralistas, verticais e de negocios por Internet. Vocento é froito da unión dun grupo de familias industriais e banqueiras vascas que absorberon a principios deste século á empresa propietaria de ABC (da familia andaluza e madrileña Luca de Tena). A saída á Bolsa serviu tamén para que varias desas familias (Entrecanales de Acciona, Castellanos de Recoletos e Ybarra) venderan con plusvalías as súas participacións, quedando algúns outros herdeiros xunto ós Bergareche e Luca de Tena.

Vocento desprendeuse a finais de 2006 dunha participación do 1,8 por cento do capital social da Cope, a cadea radiofónica da Conferencia Episcopal Española, que foi mercada por La Gaceta de los Negocios, de Juan Pablo Villanueva, outro dos fundadores de Recoletos, aínda que actualmente

desvencellado. Incompatibilidade ideolóxica e comercial coa cadea radiofónica Punto Radio de Vocento. O posicionamento ideolóxico-mediático de El Mundo e a Cope (baixo o liderado do xornalista Federico Jiménez Losantos) pola dereita fronte a El País –na banda da esquerda- batiu coa posición monárquico-centrista na que o director de ABC, José Antonio Zarzalejos, quixo manter ó buque insignia madrileño do grupo Vocento. Nun escenario de radicalización política, a victoria comercial en audiencias correspondeu no 2006 ós contendentes máis radicais (El Mundo e Cope) fronte ás posicións máis templadas e moderadas de ABC.

Empresarial e ideoloxicamente os grupos reposicionan as súas participacións e os seus produtos. Coa entrada de La Gaceta de los Negocios na Cope barallase a constitución dunha multimedia católica española (radio, xornal económico, revistas, televisión e Internet), empresarialmente liderada por Juan Pablo Villanueva e seguida con atención polos bispos. Ideoloxicamente próxima tamén ás posicións que abandeira o grupo Intereconomía (radio, revistas e televisión), que encabeza Julio Ariza xunto ó galego Balbino Fraga, un dos homes clave do desenvolvemento comercial de El Mundo. O grupo propietario do xornal que dirixe Pedro J. Ramírez, o italiano Rizzoli-RCS Mediagroup, editor de Corriere della Sera e Gazzetta dello Sport, barallou a compra de Recoletos por mil millóns de euros.

Tamén Unedisa, a editora de El Mundo, ten sometido a certificación as súas plantas de impresión de Madrid, Valencia, Benavente-León e Santiago de Compostela. A estratexia industrial deste grupo editorial construído arredor da marca de El Mundo e da personalidade do seu director, Pedro J. Ramírez, concentrouse nos últimos anos en acadar alianzas comerciais e de impresión coas cabeceiras de prensa local que puideran incrementala difusión e a súa posición nos distintos mercados rexionais. En Galicia, mediante a súa alianza coa cabeceira local de Santiago de Compostela, véndese conxuntamente e con prezo único El Mundo e El Correo Gallego, logrando superar nesta área a difusión de El País, o seu grande rival nacional. A impresión de El Mundo para Galicia realízase nas instalacións composteláns de El Correo Gallego, que tamén lograron a certificación de xestión de calidade. Fabripress S.A., constituída en 1990, con 961.600 euros de

capital e 77 empregados, cunha facturación de 12,3 millóns de euros, é o centro de impresión de El Mundo para o Levante. Calprint S.L., creada en 1993, con 1,8 millóns de capital e 23 empregados, factura a través do seu centro de impresión de Benavente para Asturias e Castilla-León máis de 5,2 millóns de euros, segundo datos das súas contas de resultados de 2005.

O grupo rexional andaluz de prensa propiedade da familia Joly, que abandeira a cabeceira Diario de Cádiz, logrou a súa certificación de calidade para as súas instalacións de impresión segregadas a través da sociedade mercantil Industrias Gráficas Gaditanas S.L., creada en 1974, cun capital social de 4,5 millóns de euros e 86 empregados, que facturou en 2005 preto de 13 millóns de euros. Outra cabeceira rexional emblemática de prensa, a de Heraldo de Aragón S.A., propiedade da familia Yarza e Ibercaja, conta tamén coa certificación de xestión de calidade para a súa planta de impresión.

Outras certificacións de calidade corresponden a Mensajerías del Libro S.A., do grupo editor de libros EDHASA-Castalia-Trotta, que factura máis de 6 millóns de euros. A Gráficas Santamaría S.A., de Alava, que factura 4,5 millóns. Caliope Comunicación S.L., de Navarra, que promoveu publicacións económicas e dixitais nos últimos anos. E Gráficas Elisa S.L., de Alcalá de Henares, cunha facturación superior ó millón de euros.

Polo visto, en conclusión, obsérvase como a industria xornalística comeza a especializar as súas unidades de produción e a introducir os novos sistemas de xestión de calidade para mellorar a súa eficacia, eficiencia e competitividade. A maioría das empresas editoras segregan as súas unidades industriais para incrementar a súa especialización, as súas sinerxías de produción e a súa produtividade. Para lograr eses obxectivos unha das ferramentas básicas é a xestión de calidade. A cultura da calidade, en termos de xestión, non é unha metodoloxía abstrata de calificación senón máis ben unha ideoloxía de mellora continua dos procesos de creación e producción a través de toda a organización. Cómpre estender a súa filosofía de mellora continua a tódalas persoas e estruturas que integran as organizacións para facelas máis abertas, horizontais, democráticas e dinámicas. A incorporación sistemática das boas práticas mellorará a calidade da organización e, sobre todo, a

calidade dos seus productos e servizos. O avance deses resultados nunha parte das empresas estenderá logo a filosofía da xestión da calidade ás outras unidades de creación e elaboración dos produtos e servizos informativos.

Bibliografía

AENOR (2002), *ISO 9001 para la pequeña empresa. Qué hacer. Recomendaciones del comité ISO/TC 176,* Madrid

AENOR (2006), *Gestión de la calidad,* segunda edición, Madrid

AETIC (2005), *Perfiles profesionales TIC para la implantación de servicios y contenidos digitales,* Madrid

Benavides Velasco, C.A., Quintana García, C. (2003), *Gestión del conocimiento y calidad total,* Díaz de Santos, Madrid

Bernillon, A., Cerutti, O. (1993), *Implantar y gestionar la calidad total,* Ed. Gestió 2000, Barcelona

Castells, M. (2001), *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad,* vol II, Alianza Editorial, Madrid

Castells, M., "De la función de produción agregada a la frontera de posibilidades de produción: productividad, tecnología y crecimiento económico en la era de la información". Discurso de ingreso a la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, Barcelona, 16 de febreiro de 2006

Davonport, Th. H., Beck, J.C. (2002), *La economía de la atención. El nuevo valor de los negocios,* Paidós, Barcelona

Deming, E., (1989), *Calidad, productividad y competitividad,* Ed. Díaz de Santos, Madrid

Ellison, G. y Glaeser, E.L. (1997), "Geographic concentration in US. Manufacturing industries: A dartboard approach", Journal of Political Economy, n. 105, págs 889-927

Ernest & Young (1990), *Calidad para directivos de los años 90,* Madrid

García Gracia, M.I., Zofío Prieto, J.L., *La dimensión sectorial de la industria de la cultura y el ocio, 1993-1997,* Datautor, Madrid

Hoyle, D., (1996), *ISO 9000. Manual de sistemas de gestión de la calidad,* 4 ed., Ed. Paraninfo, Madrid

Ishikawa, K., (1994), *Introducción al control de la calidad,* Ed. Díaz de Santos, Madrid

Juran, J. M. (1990), *El liderazgo para la calidad: manual para ejecutivos,* Ed. Díaz de Santos, Madrid

Macho Stadler, I., Pérez Castrillo, D. (2004), *Introducción a la economía de la información,* Ariel, Barcelona

Miguel, J.C. (1993), *Los grupos multimedia. estruturas y estrategias en los medios europeos,* Bosch, Barcelona

OBERCOM, "O panorama da propiedade dos media na Europa", Revista Meios, 2005

OBERCOM, *A cadeia de valor do audiovisual,* Revista do Observatório da Comunicaçao, núm. 9, Lisboa, 2004

OBERCOM, *Anuário Comunicaçao 2003-2004,* Lisboa

Observatoire Européen de L'Audiovisuel, *La télévision et la concentration des médias. Modèles de réglementation aux niveaux national et européen,* Estrasburgo 2001

Peters, T., Waterman, R. H. (1986), *En busca de la excelencia,* Ed. Folio, Madrid

Porter, M. E. (1985), *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Perfomance,* The Free Press, Nueva York

Porter, M. E. (1986), *Estratégia competitiva. Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrencia,* Editora Campus, Río de Janeiro

PWC (2006), *Global Entertainment and Media Outlook, 2006-2010,* PricevaterhouseCoopers

Scott Parsowith, B., *La norma ISO 9001:2000,* Ed. Díaz de Santos, Madrid

Scott Parsowith, R.H. (1999), *Principios básicos de las auditorías de la calidad,* Ed. Díaz de Santos, Madrid

Vogel, H. L. (1994), *Entertainment. Industry, Economics. A Guide for Financial Analysis*, Cambridge University Press

Wolton, D. (2006), *Salvemos la comunicación. Aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial,* Gedisa, Barcelona

Zerdick, A. e outros (2000), *E-conomics. Strategies for the Digital Marketplace,* European Communication Council Report

Mi(n)to, logo existo: Poder e Subalternidade nas Culturas Populares

Dalmer Pacheco (Universidade Federal de Alagoas)

(dalmerpacheco@ig.com.br)

Sumário

Construção do Imaginário Social Popular as estruturas míticas. As relações entre poder e subalternidade. Dogmatização dos cânones da cultura Hegemônica. Estruturas de poder no brasil: da Ditadura Militar ao retorno à Eleição Direta para a Presidência da República. Diversidades culturais: subculturas e leituras divergentes. Norma e transgressão. Desvio e resistência. A reprodução da opressão pelos setores populares. Solidariedade, comunidade, cultura(s) popular(es) e localismo. Sacralização e Mito: a construção de hegemonia.

Abstract

Popular Social Imaginary´s building and Mythical Structures. Power and obedience ´s relationships. Dogmas and canons of Hegemonical Culture. Ulture and Ideology. Power Structures in Brasil: from Military Dictatorship back to President´s first election. Cultural differences: subcultures and disagreement`s comprehension. Rules and deviation. Deviation and resistance. Reproduction of oppression by popular classes. Sharing, community, popular cultures and localism. Sacre and Myth: building up hegemony.

Introdução

Este artigo articula a Teoria do Imaginário Social com o viés classista das culturas populares, tendo como ponto-de-partida a análise das estruturas míticas das pautas comunicacionais nos Movimentos Populares em comparação ao Jornalismo da Comunicação Industrializada.

Interessa-nos, em particular, verificar se as lideranças dos Movimentos Populares podem servir de vetor para o fortalecimento das estruturas míticas que dão suporte à relação poder-subalternidade, mantendo os sistemas simbólicos de poder.

Nossa análise passa pela Teoria do Desvio em BECKER (1977) e VELHO (1982) e pelo conceito de identidade deteriorada em GOFFMAN (1982). A questão de classe das Culturas Populares encontra respaldo em CANCLINI (1982), BARBERO (1981) e BOURDIEU (1989). Incorporamos ao nosso referencial teórico o conceito de Cultura Particular LULL (1995/1996) e de Localismo em FEATHERSTONE (1995), bem como o conceito de solidariedade em FREIRE e mito em MIRCEA (1994).

Imaginário Social

O Imaginário Social Popular é construído a partir das estruturas míticas do poder, na maioria das vezes, reproduzidas na cotidianidade do Jornalismo. Os cânones da Cultura Hegemônica são dogmas. A cultura de massa se apresenta como antagônica aos conteúdos da Cultura Hegemônica. Muniz Sodré (1980), com propriedade, analisa esta relação e desnuda esta falsa oposição, cujos argumentos assumimos como pressupostos para nossa reflexão:

1º- Em qualquer estágio de civilização a sociedade sempre tem um sistema de circulação de informações baseado em um código comum. Esta estrutura é que nos permite decifrar o código. Há dois tipos de comunicação que podem co-existir em uma mesma sociedade: a comunicação oral e a feita pelos mass media, caracterizada pela existência dos veículos, por ser dirigida à massa e ser codificada por uma fonte profissional que veicula conteúdos descritivos. A mudança do predomínio da comunicação oral pela comunicação por media está intimidamente ligada aos novos meios de produção e ao desenvolvimento sócio-econômico;

2º- ao longo da história, as normas culturais são estabelecidas pelas classes detentoras dos meios de produção. Os burgueses se apossaram da cultura humanística de raízes aristocráticas, com todas as suas injunções ideológicas. O código da cultura de massa (estético-cognitivo, informações

jornalísticas que visam favorecer a evasão onírica do consumidor) é antologicamente o mesmo da cultura superior. Há apenas, o empobrecimento da mensagem em relação à mensagem original. A oposição cultura de massa - cultura superior é, portanto, falsa. Não há, a priori, qualquer critério capaz de estabelecer a diferença entre um produto de uma e de outra cultura;

3º - a informação tem função política na formação da *polis*, pois pretende ordenar ou reordenar a experiência social do cidadão. Não existe uma oposição material, de conteúdo, entre as duas culturas. A cultura de massa e a cultura superior se contrapõem formalmente, de modo a terem significação. A classe dominante busca sempre legitimar sua superioridade, daí, a necessidade de contraposição de culturas;

4º - as insurreições no Brasil são manifestações isoladas de grupos oprimidos, sem objetivo de transformação social. Tudo é resolvido através do discurso conciliatório e tem início o culto aos doutores apoiado no alfabetismo. Na década de 30 o marco do nascimento da cultura de massa com o rádio e Assis Chateaubriand, quando o proletariado e as classes médias crescem. Na década de 40 o sistema industrial se diversifica e se concentra em 5% da população. O resto da população que não tem status econômico elevado a pensar que tem. Com Juscelino Kubitschek foi a vez do ufanismo. Na pobreza, a euforia das massas.

Nos governos militares, os *slogans* "Gigante adormecido", "Brasil: ame ou deixe-o" "Milagre Brasileiro" sintetizam a euforia do nacionalismo, sem democracia.

A eleição de Tancredo Neves reflete este espírito conciliatório, de moderação. A relação de poder entre ricos e pobres é, mais uma vez escamoteada. Sarney se populariza pela euforia do Plano Cruzado.

Na primeira eleição direta para Presidente da República o "Caçador de Marajás" da pequena e, então desconhecida Alagoas, consegue - através do Mito da defesa dos descamisados - discurso nitidamente peronista - e no mito do super-herói que destrói a alienígena inflação - eleger-se e se vê obrigado a renunciar com o processo de Impeachment. 1998 não fica distante da negação dos problemas crônicos do país: educação, saúde, moradia, distribuição de renda. O discurso mítico do

Presidente Fernando Henrique arrocha salários, acelera o desemprego em prol da "estabilidade" da moeda. Em tempo de inflação zero, o Poder Executivo majora os preços das tarifas públicas. Os direitos dos trabalhadores assegurados na polêmica CLT e as conquistas da Constituição de 1988 são desrespeitados: redução da jornada de trabalho com redução de salário, criação do trabalho provisório, recessão e desemprego, além da desestabilização do Serviço Público, mas com manutenção de privilégios dos grupos mais bem remunerados (Legislativo, Judiciário e Administração Direta).

A hierarquização dos bens culturais nos remete, necessariamente para o viés ideológico, da correlação de forças, do universo dicotômico dos senhores e servos. Esta concepção neofeudal se perpetua até os dias de hoje quando a sociedade estabelece regras sociais a serem seguidas por todos. A formulação destes modelos comportamentais, entretanto, é tarefa de poucos.

> Estabelece-se, portanto, um verdadeiro abismo entre cultura de massa e cultura popular. Há todo um processo de verticalidade entre os produtos considerados culturalmente de elite e aqueles que são levados ao consumo industrial, produzidos em série e que, portanto, apresentam similaridade com os originais. Tenta-se imprimir características artesanais aos produtos industriais. As regras do jogo, porém, estão sob controle. Cria-se uma relação entre status cultural e status econômico. Os noveaux riches passam a freqüentar vernissages e a adquirir obras de arte, não pelo gosto pessoal, mas em função do que as elites rotulam de in. O conteúdo cultural da obra passa a equivaler ao montante do cheque pago por ela e não pelo seu valor enquanto produção artística. É o kitsch. O discurso estético do mau gosto, na tentativa de reprodução das obras culturais de elite. Isto ocorre já ao nível de midcult. (Pacheco, 1988: 24)

Não defendemos ingenuamente que as diferentes culturas (e não as "outras" culturas) estejam puramente comprometidas com as respectivas classes sociais. A complexidade da comunicação e o

fluxo de produção - recepção cultural nos permitem perceber Culturas Híbridas (CANCLINI, 1989) haja vista a "contaminação" das Culturas Populares pela Cultura Hegemônica, a reapropriação destes valores até mesmo no processo de resistência das Culturas Populares e a valorização dos conteúdos populares pela Cultura Industrializada.

Canclini, ao discutir o conceito de Cultura Popular, faz referência a três diferentes acepções usadas para o popular na Indústria Cultural, a serem rejeitadas no enfoque dialético-popular: espontaneismo, memória mercantilizada, espetáculo exótico. Compartilhamos do ponto-de-vista do autor ao rejeitar o isolamento como forma de preservação do popular. Apropriamo-nos de vários conceitos fundamentais para a compreensão do fenômeno da comunicação dentro de uma perspectiva classista: (Canclini, 1989: 13-20)

1-Os fatos culturais são nomeados diferentemente em função das disciplinas que os estudam: comunicação, ideologia, signos, sistema simbólico ou imaginário;

2-a cultura é o instrumento para a compreensão, reprodução e/ou transformação do sistema social. As culturas das classes populares, por conseguinte, são resultados da apropriação desigual do capital cultural, aliada à elaboração das condições de vida e à relação conflituosa com as classes hegemônicas;

3-ao conceituar Culturas Híbridas, o autor oportuniza a questão básica em discussão nesta pesquisa. As culturas absorvem as ideologias dominantes e resultam, também, das contradições das classes oprimidas e

4-estão presentes no modelo teórico proposto por Canclini, duas concepções fundamentais no paradigma dialético-popular: a dupla dimensão do popular onde a contradição entre a cultura de resistência e a cultura hegemônica pode ser observada e a construção da cultura de classe privilegiando a ótica de resistência.

Cultura e Comunicação Populares

A hipótese central de nossa proposta de trabalho consiste em – uma vez constatados os dois níveis de matrizes culturais – hegemônico (majoritário e prioritariamente veiculado pelo jornalismo dos meios de comunicação de massa) e o popular (voltado por pressuposto a formas de resistência e produzido pelos Movimentos Sociais via Meios Populares de Comunicação/Jornalismo Popular/Comunitário) a) elaborar um instrumento que nos permita – dentro de uma perspectiva multidisciplinar e, sem nos distanciarmos da ótica dialético-popular – corroborar as premissas anteriores postas; e b) materializar na conduta e nos instrumentos de pesquisa a práxis de comunicação massiva e popular que a despeito do antagonismo ideológico, se articula de modo dialético tanto nos produtos da comunicação massiva como nos produtos da comunicação popular.

Optamos pelo conceito de subcultura para a compreensão dos discursos das classes populares, rejeitando hierarquização culturais que privilegiam as culturas dominantes e inferiorizam as culturas populares, refletindo um olhar dominante sobre o popular.

Verificamos, portanto, haver uma possibilidade de análise bastante ampla e inequívoca, ao articularmos o universo conceitual dialético no estudo da comunicação e das relações sociais com uma postura crítica da Teoria do Desvio, considerando os conteúdos de resistência da Comunicação Popular como elementos de uma subcultura cuja característica essencial é a leitura divergente das relações sociais de uma dada sociedade.

Tomamos por referência o conceito de outsider, desviante, marginal em BECKER (1977). O ato de transgressão significa – em um primeiro momento – a quebra de uma norma social compartilhada pela maioria da sociedade por incapacidade do desviante. Tal atitude, que contraria as expectativas sociais, pode significar não um desvio de ordem estatística, ou patológica considerando-se a analogia funcionalista de sociedade saudável, porém uma postura divergente, como nos indica VELHO.

Entendemos que a comunicação/Jornalismo popular – em sua dimensão de resistência – constitui subcultura com práticas divergentes que tem na transgressão uma forma de consolidar-se enquanto movimento social.

Percebemos que a Comunicação/Jornalismo Popular, ao constituir-se na transgressão às normas vigentes – impostas pelas classes dominantes e, às vezes, reproduzidas pelos segmentos médios – tende a ser vista como desviante e estigmatizada na concepção de característica diferenciada que – via de regra – conduz seus portadores a serem vistos como diferentes cuja discrepância entre as identidades social e virtual os coloca em posição de desacreditados. Os estereótipos sociais se alicerçam na manipulação da identidade supostamente deteriorada.

Pressupomos que – ao olhar a burguesia – a Comunicação Popular significa desvio, marginalidade. Esta fala marginal, de resistência a normas culturais impostas pela cultura hegemônica, configura-se de modo antagônico, refletindo uma postura divergente, com possibilidades de transformação das relações sociais.

Encontramos em FREIRE (1988) a definição de Comunicação Popular que contempla discurso e prática divergentes:

1-a transformação objetiva da realidade opressora;

2-a compreensão de subjetividade e objetividade dialetizadas, nunca dicotomizadas;

3-esta perspectiva prevê a realização da Pedagogia do Oprimido com ele e não para ele;

4-a contradição do discurso e prática do oprimido consiste na questão da consciência que – em muitos casos – é hospedeira da ideologia do opressor e

5-o conceito de solidariedade como forma de superação.

Há, ainda, outra contribuição do autor que pretendemos utilizar como avaliação dos conteúdos dos dois tipos de comunicação (antagônicos, por pressuposto): massiva e popular. A descoberta da situação de oprimido nem sempre conduz o indivíduo a uma trajetória em busca da superação da opressão. Às vezes, ao invés de alcançar a consciência de classe oprimida, o indivíduo assume uma postura de aderência à classe opressora.

É ponto de convergência entre BARBERO e CANCLINI que a cultura dominante legitima a situação de opressão em uma dada formação social e a reproduz, fortalecendo e mantendo o *status quo*, perpassando as várias classes sociais. Referimo-nos, anteriormente, a FREIRE, e a concretude

da hospedagem da ideologia dominante na consciência do oprimido como uma possibilidade real não de superação, mas de reprodução da opressão. Pierre BOURDIEU (1987) faz referência ao papel da socialização: o indivíduo internaliza concepções do mundo e da organização das relações sociais, através da educação, da família e dos Meios de Comunicação de Massa. Vamos, então, incorporar à nossa linha orientadora da pesquisa a contribuição de BOURDIEU:

1-o investigador deve estabelecer nexos entre a objetividade da análise histórica ou comparativa com a subjetividade da experiência vivida. É o conceito de *socius* que permite às classes populares a compreensão da situação de opressão;

2-o princípio da não-consciência nos permite enxergar as relações exteriores, independente das vontades individuais, que só pode ser alcançado pela observação e experimentação coletivas;

3-a escolha de cada sociedade por um modelo cultural é sempre arbitrária. Lévis-Strauss admite o desviante como aquele capaz de relativizar as regras vigentes mas não se aproxima de uma postura divergente;

4-o espaço social se aproxima do lugar social de produção em BARBERO e CANCLINI e

5-a possibilidade de reação e resistência das classes populares ao produzirem cultura e comunicação está relacionada à reinterpretação através das leituras dos produtos massivos. No dizer de CANCLINI, ressemantização; para BARBERO, reelaboração. FREIRE denomina o processo de reapropriação.

Ao adotarmos o conceito de comunicação em Muniz Sodré (o estudo das relações entre cultura e mass-media), verificamos que o campo da ideologia, presente nas relações sociais das comunidades com os Meios de Comunicação, constitui o eixo central das análises sob os diferentes cânones em comunicação.

> Também os fatos culturais, presentes em todas as sociedades, trocam de nome ao sabor da disciplina em que estamos visitando. O estudante que se inicia no seu conhecimento se depara com o fato de que que os "indígenas" de uma Ciência Humana chamam de bens

> simbólicos, os de outra chamam de signos, ou ideologia, ou comunicação, ou ainda de imaginário. (Canclini, 1982: 17)

Ao falarmos de Culturas Populares, pressupomos a contextualização no tempo e no espaço e a natureza processual, que permite afirmar a dinâmica destas manifestações culturais.

> ...a cultura é o processo histórico (e portanto de natureza dialética, pelo qual o homem, em relação ativa (conhecimento e ação) com o mundo e os outros homens, transforma a natureza e se transforma a si mesmo construindo um mundo qualitativamente novo de significações, valores e obras humanas e realizando-se como homem neste mundo humano. (Fávero, 1983: 27)

A cultura vai, portanto, servir de modo diferenciado às classes distintas: para burguesia é instrumento de poder, para as classes subalternas é possibilidade de conhecimento.

> Para las clases subalternas, la cultura es su única propriedad, e su instrumento de conocimiento del mundo y su vehiculo de expresión integral. Par las clases dominantes, la cultura erudita es el instrumento del podermientras la cultura popular es le vehiculo del juego y la diversión. (Shaw, 1984: 106)

Convém lembrar a importância de rejeitarmos as concepções equivocadas a respeito das culturas populares.

> La ruptura que se opera es pues triple. Contra los románticos: lo popular no es una esencia, sino un hecho social. Contra los eruditos: lo popular no se compreende como una sustancia, sino como un hecho relacional y historicamente producido. Contra los populistas: lo pular

> no se define por su origen, sino por su uso y refuncionalización. (González Sánchez, 1983: 18)

O pesquisador norte-americano James Lull (1995), da Universidade de San Jose, Califórnia, contribui para o redimensionamento do conceito das Culturas Populares. Ao analisar a prática destas culturas nos países latino-americanos, ele afirma:

> Culture develops from the creativity of ordinary people. Popular culture comes from people; it is not given to them. This perspective tears away at distinctions between producers and consumes of cultural artifacts, between culture industries and texts of reception. (Lull, 1995: 72).

Lull rediscute o conceito de subcultura e apresenta a concepção de Street Cultures. Verificamos, então, que as Culturas Populares nem sempre assumem uma postura de resistência à Cultura Hegemônica, como expectativa dos teóricos marxistas.

> The "popular" in popular culture then, really means that cultural impulses and imagens originate in everyday environments and later attended to, interpreted, and used by ordinary people – sometimes, but not always, in very resistant ways – after being commodified and circulated by the culture industries and mass-media.(Lull, 1995: 74)

A possibilidade de horizontalização da comunicação, exposta por Sodré, sugere intervenção social. O conceito de comunidade se articula com os retribalização, localismo e territorialização. Mike FEATHERSTONE (1995) nos adverte sobre o risco de conceituarmos comunidade como uma cultura homogênea. Na verdade, localismo pressupõe o sentimento de "sentir-se em casa", ou seja, o processo de reconhecimento do nosso espaço é comum, mas a produção cultural não é única.

> Our experiences and means of orientation necessarily become divorced from the physical locations in which we live and work. The fate of our places of residence and work is seen as in the hands of unknown agencies in other parts of the wolrd. Localism and a sense place gives way to the anonymity of "no place spaces", or simulated environments in which we are unable to feel an adequate sense of being at home. (Featherstone, 1995: 10)

Mito: representação de fatos ou personagens reais, exagerada pela imaginação popular, pela tradição, etc.

Popular: referente ou pertinente ao povo; distinto de bem aceito.

Os mitos exercem, por conseguinte, a função de determinar a concepção cultural do mundo. Conseqüentemente, a estruturação social. A explicação do real social vai ser fundamentada na origem mítica do fenômeno, considerada como verdadeira. Exemplo bastante interessante é o da compreensão da finitude do homem.

> Ele é mortal porque algo aconteceu in illo tempore. Se esse algo não tivesse acontecido, o homem não seria mortal... mas o mito da origem da morte conta o que aconteceu in illo tempore, e, ao relatar esse incidente, explica o porque é mortal. *(*Mircea, 1994: 16*)*

Trata-se - a bem da verdade - não da constatação da mortalidade do homem, mas da aceitação e interiorização da explicação de sua mortalidade.

O conceito de mito nos remete às sociedade arcaicas nas quais os mitos protagonizavam as narrativas das histórias verdadeiras, com caráter sagrado, sempre contendo uma "moralidade da história", um modelo exemplar (MIRCEA, 1984).

> Em contraposição a isto, a acepção usual do termo nos remete à fábula e à ficção. Mythos - a rigor - é tudo que não pode existir. Para o Judaísmo e o Cristianismo, mito é tudo que não está na revelação da Bíblia. (Mircea, 1994: 11)

Parece-nos adequado situar a origem do mito sob uma perspectiva histórico-religiosa, portanto, como fenômeno cultural.

> O mito conta uma história sagrada. Ele relata um acontecimento ocorrido em tempo primordial, o tempo fabuloso do "princípio". Em outros termos, o mito narra como, graças às façanhas dos Entes Sobrenaturais, uma realidade passou a existir, seja na realidade total ou apenas no fragmento... ele relata de que modo foi produzido e passou a ser. É essa concepção do sagrado que fundamenta o mundo e o converte ao que é hoje. E mais: é em razão das intervenções dos Entes Sobrenaturais que o homem é o que é hoje, um ser mortal, sexuado e cultural. (Mircea, 1994: 38)

Conclusão

Em síntese, podemos assumir os principais pressupostos da autora (MIRCEA, 1994). A estrutura mítica permite:

1º constituir a história dos Atos dos Entes Sobrenaturais;

2º assumir a veracidade da narrativa;

3º a sacralização dos "fatos";

4º a determinação da origem da existência, a criação de um padrão de comportamento e que as instituições sirvam de paradigma;

5º a aquisição do conhecimento vivido ritualmente e

6º a plena vivência do mito (incorporação).

A narrativa épica dos personagens míticos, aliada à conotação sobrenatural e de cunho sagrado vai se constituir em "verdade revelada", analogamente as das Sagradas Escrituras e o pressuposto da Revelação é ser a explicação divina do fenômeno, dogmática, portanto não sujeita às "explicações" dos mortais.

A relação de poder se configura, portanto, com nitidez. Quem detém o conhecimento, a "verdade revelada", a "palavra sagrada" se distancia do mundo comum dos mortais, para ter o privilégio de ter sido escolhido pelos deuses para compartilhar - ainda que parcialmente - destas explicações. É neste momento que o mundo se fortalece na divisão entre nobres e plebeus, burgueses e proletários e o processo de dominação se consolida.

A estrutura mítica permite a simulação. Uma vez que a origem do fato em sua narrativa tem conotação sagrada, torna-se dogmático e, por conseqüência, não é passível nem de constatação, tampouco de contestação. A verdade construída é o que importa, ainda que oriunda da mentira. É o simulacro.

> Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo é uma ausência. (Baudrillard, 2001: 48)

Para chegarmos a relação comunicação - poder, faz-se necessário que tenhamos a correta compreensão das pautas comunicacionais como bens simbólicos da cultura que, por sua vez, podem ter incorporado uma série de estruturas míticas ao longo de sua construção histórica. Esta é a chave do mistério da dominação e da "Ordem Natural" de poder-subalternidade em qualquer sociedade, concretizada através da formulação hegemônica de uma cultura.

Entendemos que o conceito de divergência em Gilberto VELHO (1977) nos oferece uma alternativa de enfrentamento ao modelo de perpetuação da estrutura de dominação-subordinação imposta pela aceitação da categorização ortodoxa normalidade-desvio.

As regras grupais - determinadas por um grupo para toda coletividade - estabelecem o controle e a dominação e escancaram as portas para todos os tipos de exclusão social.

> ... seja vinculado a um indivíduo ou a uma instituição, o poder externo caracteriza-se pela imposição de relações hierárquicas, que subordinam os sujeitos sociais a uma estrutura coercitiva, a do mandar fazer ou de autoridade religiosa. (Baudrillard, 2001: 59)

Há diferentes tipo de poder: econômico, político, correcitivo (militar), simbólico e cultural (Lull,1996: 20), apesar do poder de influenciar não está restrito à intenção do emissor. Interessa-nos, em particular, a interpretação, o uso dos símbolos pelo público que pode reforçar a identidade cultural de um povo ou exterminá-la.

Dentro desta perspectiva, nos apropriamos da análise do autor, considerando que cultura é poder e classificando a supercultura como o sistema de valores fundamentais que nos informam a identidade de um povo: idioma, costumes, culinária, etc, incluindo as diferentes classes sociais. Em oposição à supercultura, existem as subculturas, as culturas particulares cujo reconhecimento tem relevante significado social (*Ways talking culture*). As relações poder - subalternidade se concretizam em função dos níveis de tensão entre a supercultura e estas culturas particulares. O conceito de "*Street Cultures*" nos oferece um enfoque a partir da transformação do impulso original destas culturas pelos MCM. A mudança não é necessariamente para pior (por exemplo, os autores/compositores populares que, para fazer sucesso, dependem da cultura industrializada). O importante é a promoção da vontade do povo o conceito de cultura de rua está diretamente ligada ao de vizinhança ("*de la gente*").

Há casos em que as lideranças "populares"/"comunitárias" consolidam, ao contrário uma postura de aderência à Cultura Hegemônica. Apesar do lugar social e da origem da produção, não há qualquer cultura para comunicação de resistência. Ao contrário, as contradições só são explicitadas

para que novas relações de poder e subalternidade sejam estabelecidas – a serviço das classes dominantes – com a mediação do suposto representante das classes subalternas.

A inserção efetiva da classe média no processo de "tomada de consciência" da situação de opressão dos segmentos populares é fundamental no estabelecimento de pautas comunicacionais que veiculam conteúdos culturais de resistência.

> Um país é democrático porque tem uma classe média grande, dividida e com interesses conflitantes. Mas reconhecendo-se como uma classe média, em oposição tanto a uma classe subalterna, constituida por desapossados ou quase, e a uma classe dominante. (Doria, 1995: 28)

Os estudos de comunicação das Culturas Populares levam-nos a identificação de dois tipos de conteúdos, a saber: a) aderência à classe dominante e b) resistência através de conteúdos ideológicos que a ela se contrapõem.

A origem/o lugar social da produção e a reelaboração dos conteúdos da Cultura Hegemônica – via comunicação de massa – pelos segmentos populares não caracterizam – necessariamente um Cultura de Resistência.

Verificamos que, no caso de Movimentos Populares (Associações de Moradores, Instituições Religiosas, e, de modo especial, sindicatos e Centrais Sindicais que sustentaram a candidatura do ex-líder sindical, ex-defensor de reformas de base, ex "companheiro" e ex-"camarada" Luís Inácio Lula da Silva à Presidência da República, desde 1989 quando perdeu as eleições pela primeira vez para o então "Caçador de marajás", Fernando Collor de Melo e, quatro anos depois para o intelectual e professor universitário Fernando Henrique Cardoso. Só venceu as últimas eleições quando, com forte e seguro discurso de reformas, sobretudo nas questões sociais, da terra e de uma postura de independência econômica-política do FMI _ Fundo Monetário Internacional, conseguiu ser eleito com amplo apoio de setores da classe média, mesmo com alianças com setores mais

conservadores. A despeito de reunir hipoteticamente as possibilidades reais de conteúdos populares de resistência , o Presidente Lula produz/reproduz práticas comunicacionais a serviço da classe hegemônica, como nítido objetivo de neutralizar as práticas de resistência e favorecer a "intermediação" do líder em inequívoca prática de fisiologismos e favores políticos. A disputa pela sucessão presidencial no Brasil, com amplo favoritismo do Presidente, ainda que possa ter que disputar o segundo turno, garantem as pesquisas de opinião (Data Folha/Rede Globo de Televisão) que Lula será reeleito em pleno processo de cassação de mandatos de Deputados Federais (grande parte da base aliada e ex-Ministros de Estado) envolvidos nos vários esquemas de corrupção. De fato, estas lideranças "populares" serviram de vetor para o fortalecimento da relação de subalternidade (submissão) das classes populares**.**

Bibliografia

BARBERO, Jesús Martín. (1981).*Desafios à Pesquisa em Comunicação na América Latina.* Revista Univalle, vol. nº 8, pp. 1-10

BAUDRILLARD, Jean(1981) *A gestão da catástrofe*. In: _____ *A ilusão do fim ou a greve dos acontecimentos.* Londres: Terramar.

BECKER, Howard S. (1977).*Marginais e desviantes*. In: _____**.***Uma teoria da ação coletiva.* Rio de Janeiro: Zahar.

BOURDIEU, Pierre. (1987). *Condição de classe e posição de classe***.** In: _____**.** *A economia das trocas simbólicas.* São Paulo:Perspectiva.

CANCLINI, Néstor Garcia. (1982) *As culturas populares no capitalismo*. São Paulo: Brasiliense.

CANCLINI, Néstor Garcia. (1989) *Culturas Híbridas*: *El espacio comunicacional, como problema interdisciplinário*. Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnologia y Sociedad nº 19. pp. 1-10

DORIA, Francisco Antonio (1995) *Os herdeiros do Poder.* Rio de Janeiro: Revan.

FÁVERO, Osmar (org.) (1981) *Cultura Popular/Educação Popular: memória dos anos 60.* Rio de Janeiro: Zahar. pp 1-10

FEATHERSTONE, Mike.(1995) .*Introduction: globalizing cultural complexity.* In:

_____*Undoing culture: globalization, post modernism and identity.* Londres: Sage .

FREIRE, Paulo.(1988). *Pedagogia do Oprimido*. Petrópolis: Vozes, 1988

GONZÁLEZ SÁNCHEZ Jorge Alejandro. (1983). *Comunicación y cultura*, nº 10 pp 1 - 10

GOFFMAN, Erving. (1982). *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada.* Rio de Janeiro: Zahar.

LULL, James. (1995) *Media, communication, culture: a global approach.* Columbia University, Nova York.

LULL, James. (1996) *Street Culture.* Curso de pesquisa e extensão. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF.

MIRCEA, Eliade. (1994) *Mito e realidade.* São Paulo: Perspectiva.

PACHECO, Dalmer (1988) *Telenovela*: *o (in) discreto charme da burguesia*. Maceió: Edufal.

SODRÉ, Muniz. (1980) *A comunicação do grotesco*: *introdução à cultura da massa brasileira*. Petrópolis: Vozes.

SHAW, Carlos Martinez. (1984) *Cultura popular, de elites en la edad moderna.*In:MARTONELL, Mercedes Fernandez. *Sobre el concepto de cultura.* Espanha: Mitre.

VELHO, Gilberto. (1981).*Desvio e divergência: uma crítica da patologia social.* Rio de Janeiro: Zahar.

Leitor na primeira página: um estímulo à interatividade em diário da cidade de Campinas

Carlos Alberto Zanotti (Pontifícia Universidade Católica de Campinas)

zanotti@puc-campinas.edu.br

Sumário

Este trabalho registra uma experiência inusitada levada a efeito pelo jornal *Correio Popular*, do município de Campinas (Brasil), visando potencializar a participação do público em seus processos produtivos. Nos últimos 17 meses, a publicação passou a publicar diariamente, na primeira página, chamadas e fotos de leitores que escrevem para a coluna "Correio do Leitor", o que aumentou em 400% o volume de correspondências que chegam ao jornal com esta finalidade.

Abstract

This paper registers an unusual experience taken by the Brazilian newspaper *Correio Popular*, from Campinas, tending to increase the participation of the readers on productive processes. In the latest 17 months, the reffered newspaper has been daily published, on its front page, pictures and resume of the letters to the editor, drawing attention to issues brought about by "Correio do Leitor" column, which has increased by 400% the amount of mails received by the session directed to this aim.

Introdução

A publicação de cartas enviadas por leitores é um hábito que tem acompanhado o desenvolvimento da imprensa escrita no Brasil desde seus primórdios. Mas foi a partir da adoção da Internet nos processos produtivos das redações que essas mensagens ganharam uma nova dimensão. Até então, o leitor que se interessasse em ter uma carta publicada precisava datilografar o texto, envelopá-lo e remeter por serviço postal ao editor responsável; em alguns casos, dirigia-se pessoalmente até o jornal e a entregava, quase que sempre a um funcionário da recepção, sem ter acesso ao jornalista.

Com a rede de computadores e a divulgação dos endereços eletrônicos dos respectivos editores, a tarefa ficou muito mais simples. Agora, basta digitar alguns poucos caracteres que a carta do leitor estará em poucos segundos nas mãos do próprio editor.

No *Correio Popular*, jornal com tiragem diária da ordem de 50 mil exemplares na cidade de Campinas (SP), a publicação de cartas de leitores mais que triplicou após a adoção da Internet. O dado pôde ser observado em pesquisa que comparou o volume de cartas publicadas no mês de dezembro de 1995, quando a Internet ainda não estava disponível para uso dos leitores da publicação, ao volume publicado em dezembro de 2001, quando da plena vigência da rede de computadores (Zanotti, 2002). Em 1995, a coluna "Correio do Leitor" acolheu 105 correspondências, contra 314 publicadas em 2001. O fato não se deveu a outro fator que não fossem as facilidades permitidas pela Internet, visto que em determinados dias de dezembro de 1995 apenas uma carta de leitor ocupou o tímido espaço que o jornal até então reservava a estas correspondências. "Simplesmente não tínhamos cartas para publicar", recorda-se a editora da fase de transição (Fonseca, 2006).

Outro fator que indica o estímulo que a Internet trouxe ao hábito de enviar correspondência para publicação naquele jornal pôde ser medido pela forma de encaminhamento. Em dezembro de 2001, chegaram 21 cartas por fax e 83 pelo serviço postal, enquanto 210 foram recebidas em forma de e-mail. Nos dias atuais, praticamente 100% das cartas chegam via Internet.

Paralelamente à intensidade do tráfego de comunicação leitor-jornal, registrado no período pós-Internet, o jornal lançou mãos de recursos editoriais visando valorizar e estimular esta participação. Em dezembro de 1995, o *Correio Popular* dedicou 1.503 centímetros/coluna à publicação das cartas, volume que saltou para 2.578 centímetros/coluna seis anos depois, com o detalhe de que, em 2001, a publicação se viu obrigada a impor limites ao tamanho das cartas, prática que até não precisava ser adotada.

Nos anos recentes, o jornal ampliou ainda mais o espaço editorial às cartas de leitores, que hoje já ocupam mais da metade da página 2, incorporando o hábito de publicar, a cada edição, ao menos

quatro fotos de missivistas. A estratégia atingiu o ápice da sofisticação com a publicação diária, a partir de 4 de setembro de 2005, de duas pequenas fotos de leitores logo na primeira página, com chamadas remetendo aos conteúdos de suas cartas na página interna.

Na página interna (2, do primeiro caderno), visando abrir espaço aos leitores, o jornal passou a publicar, a partir de sua última reforma gráfica, apenas um dos três editoriais que trazia até então. Abaixo dele, a publicação reserva espaço para que um dos fotojornalistas da casa publique material relativo à "Cena Urbana" do dia anterior, onde se lê nome do autor, local e horário em que a foto foi feita. No alto da página, ocupando quatro colunas à direita, a publicação abre espaço para a charge, abaixo da qual estão reproduzidas ao menos dez cartas de leitores, das quais no mínimo quatro com fotografia dos autores, havendo a seguinte advertência aos interessados:

> "O Correio Popular publica as opiniões de seus leitores sobre temas de interesse coletivo, desde que acompanhadas de identificação, endereço, profissão e telefone de modo a permitir prévia confirmação. As cartas devem conter no máximo 15 linhas. A redação se dá o direito de resumir ou mesmo deixar de publicar os textos que ultrapassem esse limite. Fica a critério do jornal a seleção de cartas para ilustração com foto, que deverão ser produzidas exclusivamente pelos fotógrafos do Correio. As cartas para o *Correio do Leitor* devem ser enviadas para Rua 7 de Setembro, 189 – Vila Industrial – CEP 13035-350 ou por e-mail: *leitor@rac.com.br*"

A publicação das fotografias de seus leitores, bem como a posterior decisão de guindá-las também à primeira página, atendeu a uma orientação do Conselho Editorial do jornal, segundo a editora que implantou o recurso, a jornalista Kátia Fonseca. De acordo com ela, a procura pelo espaço "aumentou muito" depois que as fotos começaram a ser publicadas, principalmente porque teria estimulado o surgimento de um fórum para temas relativos à vida na cidade. "Acho que promovemos uma maior identificação entre os leitores e o jornal; fortalecemos os laços

comunitários entre os que escrevem e demarcamos melhor a feição regional, que é o diferencial do jornal" (Fonseca, 2006).

A estratégia de publicar fotos de seus leitores visando intensificar o envio de correspondências similares ao jornal partiu do jornalista Nelson Homem de Mello, diretor editorial do grupo que edita a publicação.

> "A idéia surgiu quando pedimos ao estúdio Cases y Associaps [empresa com sede em Barcelona] que refinasse nosso projeto gráfico a partir da plataforma que tinha o jornal. Eles observaram que era incomum o grau de interatividade que mantínhamos com nossos leitores. Então, pensei: por que não potencializar esta interatividade?" (Mello, 2007)

Segundo assegura o jornalista, o volume de cartas para publicação na coluna subiu de 20 para 80 correspondências diárias após a adoção da medida. Como seria de se imaginar, nem todas as cartas que chegam são publicadas. A seleção obedece a um critério que exclui cartas com conteúdos redundantes, que sejam ofensivas ou que contenham dados incorretos ou argumentação desinformada (Mello, 2007).

1. Receptividade

Um dos poucos autores a debater o tema é o falecido professor Mário L. Erbolato, na obra "Jornalismo Especializado: Emissão de textos no jornalismo impresso", lançada pela Atlas em 1981. Com larga experiência no jornalismo diário, esse ex-professor da PUC-Campinas afirmava que as cartas de leitores são extremamente úteis aos pauteiros, uma vez que "um bom diretor de jornal encontra em qualquer carta algo aproveitável" (Erbolato, 1981: 88) para sua equipe de reportagem. No livro, Erbolato refere-se a uma entrevista em que o então diretor do *Asai Shimbun*, de Tóquio, informava que a publicação japonesa recebia mais de cem mil cartas anuais de seus leitores. Ao procurar um conceito para a seção de cartas, o autor pondera:

> "A seção de Cartas dos Leitores é a tribuna do povo. O modesto operário, que jamais teria condições para ser recebido por uma autoridade, redige a seu modo o que pretende, defende seu ponto de vista e, dessa forma, os serviços de recortes de jornais levarão suas aspirações até o gabinete do prefeito, do governador, do secretário ou do ministro. Pode mesmo acontecer que a idéia seja adotada ou que o esclarecimento do Setor de Relações Públicas da repartição encarregada de estudar o problema proporcione contentamento ao trabalhador missivista, ao informar ao jornal que o assunto irá ser devidamente considerado".

Outro aspecto que merece atenção na obra de Erbolato é que o autor associa o volume de correspondências que chegam ao jornal ao grau de aceitabilidade da publicação junto ao público leitor. Diz ele (:87):

> "Saber até que ponto um jornal está sendo bem recebido pelo público é a indagação constante de seus diretores e redatores. Não é preciso recorrer sempre às agências especializadas em pesquisas, mas existe um índice seguro que pode levar um órgão da imprensa a adotar alterações e a manter sua linha intelectual e seus padrões gráficos: as cartas dos leitores. (...) Quanto maior o volume de correspondência, mais crescente é a receptividade do jornal".

Embora exista uma certa idealização nas afirmações de Erbolato –que não viveu para conhecer o implemento que a Internet trouxe a este espaço editorial–, não deixam de ser procedentes suas observações com relação à receptividade da publicação. Afinal, ninguém se preocuparia em enviar uma carta para um jornal que não tenha bons índices de leitura ou que não seja minimamente influente junto à comunidade onde circula.

Ainda sob o aspecto da influência do jornal ou da condição de "tribuna" da qual se reveste o espaço do leitor, vale ressaltar que a empresa que edita o *Correio Popular* em Campinas, a RAC – Rede Anhanguera de Comunicação, mantém na Internet o portal "Cosmo On Line", no qual reproduz boa parte de suas notícias impressas. Junto a estas notícias, o portal oferece *links* para que os internautas deixem registradas suas opiniões acerca dos temas. No entanto, a demanda pelo espaço virtual, onde não há limite ao tamanho dos textos e nem exclusão das redundâncias, é curiosamente muito inferior ao volume de cartas que chegam à versão impressa. O fenômeno denota uma clara preferência dos leitores pela publicação de suas cartas no jornal tradicional, apesar do limite imposto ao número de linhas. "Aparentemente, a versão em papel oferece uma credibilidade que a Internet não dá. Creio mesmo que a Internet nunca chegará lá". (Mello, 2007)

2. Quatro questões

Sob nosso ponto de vista, as cartas de leitores podem contribuir para um estudo aprofundado não apenas a respeito dos aspectos relativos aos interesses diretos de uma parcela dos leitores, mas também para a composição de um cenário mais amplo de estudos da sociedade, o que Kientz (1973) chamou de "culturanálise". Na obra, o autor propõe "Dize-me o que lês e te direi quem és", ao que se poderia aduzir: "Dize-me quem te lê e te direi quem és". De certa forma, essa relação dialógica só vem a confirmar o relativo papel que os meios de comunicação exercem hoje no sentido de fixar a agenda dos debates públicos, mesmo porque, cada vez mais, os jornais vêm sendo feitos fora das redações, em função do que Chaparro (2004) denominou de "quarta revolução do jornalismo". Vamos ao autor:

> "(...) estou convencido que o jornalismo vive agora a sua quarta grande revolução, cada uma delas vinculada a um determinado momento tecnológico ou político-cultural da civilização moderna: a revolução da notícia, que o telégrafo viabilizou; a revolução das tiragens, na fase da industrialização, com a rotativa, a linotipo e a zincogravura; a revolução da reportagem

> literária, nos ventos democráticos do pós-guerra; e, agora, a revolução das fontes, sob o impulso das tecnologias de difusão (as tais que criaram a possibilidade da notícia em tempo real, com instantaneidade universal) e da acelerada institucionalização das sociedades".

Uma espiada nos quadros reproduzidos mais ao final deste texto oferece uma clara indicação de que procede, com segurança cada vez maior, a leitura que Chaparro faz da qualificação das fontes de informação. Ao dominarem a lógica das coberturas jornalísticas, habilitam-se elas a cavar espaços onde inserem seus discursos nos meios de comunicação. O fenômeno, contudo, não decorre apenas do trabalho de assessores de imprensa, mas também das estratégias articuladas por profissionais ligados ao *marketing* e à publicidade, ou daqueles que se capacitaram em cursos rápidos de leitura dos meios ou ainda que, por intuição, desenvolveram a habilidade de entender a lógica dos discursos midiáticos (Zanotti, 2000). Boa parte destes novos sujeitos da comunicação ocupa hoje os espaços institucionalmente dedicados às contribuições dos leitores, o que se faz refletir na página 2 do *Correio Popular*.

Diante do exposto, propomos que qualquer análise de imprensa ou da sociedade em que circule uma dada publicação não despreze as cartas de leitores –principalmente após o advento da Internet– como fonte indispensável para a caracterização do meio ou da comunidade enquanto objeto de estudos. Afinal, como pondera Franco (2005: 13),

> "(...) torna-se indispensável considerar que a relação que vincula a emissão das mensagens (que podem ser uma palavra, um texto, um enunciado ou até mesmo um discurso) estão, necessariamente, vinculadas às condições contextuais de seus produtores. Condições contextuais que envolvem a evolução histórica da humanidade; as situações econômicas e socioculturais nas quais os emissores estão inseridos, o acesso aos códigos lingüísticos, o grau de competência para saber decodificá-los, o que resulta em expressões verbais (ou

> mensagens) carregadas de componentes cognitivos, afetivos, valorativos e historicamente mutáveis (...)"

Mais que revelar seus emissores, as cartas dos leitores nos ajudam também a melhor compreender os meios que as contém, visto que toda comunicação comporta em si traços, além do emissor, os do receptor propriamente dito. Para escrever ao jornal, o leitor se apropria de elementos do jornalismo, como o uso da língua, a estrutura e tamanho do texto, o universo temático etc. Além disso, é obrigado a imaginar-se na condição de receptor de sua própria mensagem, buscando saber qual a melhor abordagem e quais recursos deverá usar para se tornar mais convincente em sua argumentação.

Diante dos contornos que o tema "carta de leitores" vem adquirindo no estágio atual da imprensa escrita –quando se destacam o advento dos *ombudsmen*, a experiência aqui descrita do *Correio Popular* e o universo de preocupações gerado pela Internet– delineia-se um quadro com quatro diferentes ângulos de abordagem. Em primeiro lugar, enquanto uma questão social, o tema sugere uma clara exposição do universo de demandas e conflitos que se estabelecem na sociedade institucionalizada, via organização política possibilitada pelos novos aparatos tecnológicos. Como pondera Silverstone (2002: 58),

> "A política que aparece ou que pode ser defendida em torno da mídia é uma política de acesso e regulamentação, e a política que pode ou não ser possibilitada dentro da mídia é uma política da participação e da representação, em ambos os sentidos da palavra, em que novas formas de democracia podem surgir; ou, de fato, novas formas de tiranias".

Em segundo lugar, enquanto uma questão de caráter ético, as cartas de leitores, na relação dialógica que mantém com os jornais, podem revelar os juízos de valor cultuados na sociedade, bem como a lógica dos procedimentos sobre os quais se assentam as práticas jornalísticas. Neste sentido, não se

ignora a existência de um processo de seleção/filtragem por parte dos editores, o que suscita questões de caráter ético partilhadas na relação que se estabelece entre empresa jornalística, profissional de imprensa e leitor missivista. Neste sentido, não custa lembrar que o Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos do Homem estabelece um princípio de caráter universal no que diz respeito ao tema:

> "Todo homem tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferências, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e idéias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras".

Em terceiro lugar, enquanto questão de caráter cultural, as cartas de leitores oferecem elementos que também podem suscitar estudos que ajudem a compor o cenário acerca do quadro sócio-antropológico em que se insere a mídia jornal, entendida aqui como uma estrutura de caráter coletivo. Uma rápida consulta aos signatários das cartas dos leitores permite observar que boa parte deles é constituída por sujeitos que se expressam em nome de instituições e de movimentos organizados que usam a estrutura midiática para dar visibilidade às suas causas. Ao comentar estudos desta natureza, Santaella (2001: 63) explica:

> "Embora reunidos em torno de diferentes temas de trabalho, tais como etnografia, *media studies*, teorias da linguagem e subjetividade, literatura e sociedade, todos esses estudos encontravam e continuam encontrando uma linha comum de atuação tanto na concepção da cultura como conjunto de todas as práticas sociais e como soma de suas interações, quanto na vinculação de seus trabalhos a questões suscitadas por movimentos sociais, o feminismo, por exemplo".

Por fim, uma quarta questão relativa aos estudos das cartas de leitores sugere a apropriação do tema por parte da mercadologia, entendida aqui como uma estratégia de garantia da sobrevivência do jornalismo impresso no universo cada vez mais bombardeado pela diversidade e personalização dos bens culturais. Caso ofereça bons resultados em termos de aumento de circulação e vendas, a hipervalorização do espaço destinado aos leitores –prática adotada no *Correio Popular*– enseja em si o recado de que o jornalismo, diante da atual realidade tecnológica, conta com novos atores reivindicando o papel de protagonistas de suas histórias.

3. Primeiras impressões

Os dados coletados para este estágio inicial da pesquisa com os leitores do jornal *Correio Popular*, após a adoção da estratégia de publicação de suas fotos na primeira página, referem-se ao primeiro mês de plena vigência da medida, ou seja, outubro de 2005. A estratégia foi adotada a partir do domingo de 4 de setembro daquele ano, com a publicação dos retratos dos leitores Mônica Delfraro, psicóloga, e Marcos Roberto Boni, advogado, ambos no tamanho 3x4, editados no alto da metade inferior da primeira página, logo acima da seção "Tempo". Por ordem de aparição, foram estes os trechos de suas cartas, selecionados para funcionar como breves chamadas:

> "Pelo que vemos do PT, não me espantaria ver parte dele ou alguém dele envolvido no crime do Toninho". [prefeito assassinado em Campinas]
>
> "Enquanto milhares sofrem nas filas do INSS, Waldemar Costa Neto ganha uma aposentadoria de R$ 5,5 mil". [o ex-dirigente do Partido Liberal, cassado por envolvimento no episódio que ficou conhecido por "escândalo do mensalão"]

Desde então, o jornal vem mantendo o mesmo formato de edição de fotos e de produção das chamadas, com remissão à coluna destinada aos leitores. Visando apurar o perfil sócio-cultural dos leitores que escrevem para a coluna, bem como seu universo de preocupação e a relação de tais

temas com os conteúdos do jornal, produzimos três quadros distintos. No primeiro, apontamos o gênero e a profissão dos missivistas; no segundo, indicamos os conteúdos do número mais significativo de cartas, reservando uma linha para o item "demais temas", onde foram agrupados os de menor incidência; e no terceiro quadro apontamos os temas que foram objeto das principais reportagens publicadas no jornal.

Quadro 1: Sexo e Ocupação

SEXO		
	Nº Absoluto	**%**
Masculino	254	74%
Feminino	66	26%
TOTAL	320	
OCUPAÇÃO		
Empresário/Administrador	40	12,5%
Aposentados	37	11,5%
Comunicador	37	11,5%
Estudante	27	8,5%
Engenheiro	22	7%
Advogado	20	6%
Professor	20	6%
Vendedor	14	4,5%
Servidor	12	4%
ONG	9	3,5%
Político	6	2%
Dona de casa	4	1,5%
Demais ocupações	68	21,5%

Quadro 2: Conteúdos das cartas

Temas	Volume	%
É contra referendo das armas	47	14,5%
Comenta coberturas do jornal	40	12,5%
Critica políticos em geral	32	10,0%
Pede obras na cidade	29	9,0%
Comenta carta de leitor	26	8,0%
Aborda tema da semana	25	8,0%
Critica serviços públicos	23	7,0%
Critica governo Lula	22	7,0%
Elogia poder público local	6	2,0%
É a favor do referendo	5	1,6%
Pede recursos em segurança	5	1,6%
Defende governo Lula	1	0,3%
Outros	59	18,5

Quadro 3: Temas que dominaram coberturas do mês:

01	Envenamento mata cães em bairro local
02	Assassinato de professor em distrito
03	Venda de armas e munição no pré-referendo
04	Repórter perde 37 Kg pós-cirurgia do estômago
05	Terremoto mata 30 mil na Ásia
06	Aftosa fecha portas do exterior à carne brasileira
07	Torcedor morre em confronto de torcidas

08	Granjas adotam medidas contra gripe aviária

Conclusão

Embora o universo pesquisado seja pequeno para permitir uma análise ampla do conjunto dos leitores que se manifestaram na publicação, as tabelas acima fornecem alguns indícios para o estágio inicial de um trabalho que se pretende completo a partir de uma investigação metodologicamente menos sujeita a imprecisões, a ser complementada por pesquisa de caráter qualitativo. Entre esses indícios estão as evidências de que:

1. O leitor que se aventura em escrever para o jornal é predominantemente do sexo masculino, adulto, situando-se nos estratos mais elevados da pirâmide social local. Entre eles destacam-se os que atuam no comércio e indústria, na condição de proprietário ou administrador. Há também uma grande incidência de aposentados, estudantes, professores e pessoas ligadas à área de comunicação (jornalistas, assessores, gráficos, desenhistas, incluídos nesta categoria). Profissionais liberais, que por força de suas atividades se obrigam à leitura de jornais, como advogados e engenheiros, também têm presença marcante neste universo.

2. O leitor que escreve para a publicação necessariamente não se manifesta apenas a respeito dos temas locais cobertos pelo jornal. O fato de ter existido uma grande incidência de comentários a respeito do referendo do desarmamento, levado a efeito naquele mês, evidencia o elevado grau de polêmica que o tema ensejou junto à opinião pública. É assunto legislado no âmbito federal, com repercussões na vida de cada cidadão, independentemente de sua localização territorial.

3. Nem sempre o assunto da véspera é objeto da preocupação do leitor, embora a leitura do jornal domine o total de comentários, se somados os que fazem referência às coberturas, os que replicam cartas de leitores e os que se prendem à agenda da semana.

4. De um modo geral, quando se referem diretamente à área política, os missivistas o fazem para criticar os governantes, o quadro político e a ineficiência dos serviços públicos. De 23

manifestações que, naquele mês, fizeram referência ao governo Lula, 22 foram para tecer críticas ao presidente da República.

5. A coluna é usada para pedir ou sugerir que a Prefeitura faça obras na cidade, seja para tapar buracos, seja para defender a instalação de um impossível (para as circunstâncias) metrô que ligue um bairro distante à região central;

6. Entre os oito temas que dominaram as coberturas noticiosas do mês, quatro estavam voltados para ocorrências ligadas à segurança pública, com destaques para dois assassinatos, a venda de armas e munição no período imediatamente anterior à realização do referendo, e o envenenamento de cães num bairro distante do centro da cidade.

Em etapa posterior de pesquisa, espera-se que o cruzamento de um número maior de elementos forneça indícios sobre o grau de satisfação do público leitor em relação à repercussão de suas cartas – se serviram para resolver problemas, mobilizar a comunidade, proporcionar crescimento intelectual, ampliar as relações sociais ou simplesmente extravasar sentimentos, entre os quais a insatisfação com a organização social e política do país parece ser o que predomina. Em relação à empresa jornalística, será fundamental descobrir se a estratégica trouxe ganhos significativos, seja no aumento de receita, na maior circulação ou no grau de influência do qual o veículo desfruta na comunidade local.

Bibliografia

CHAPARRO. Manuel Carlos. (2004) Quarta revolução, a das fontes. [On-line].Disponível em: < http://www.eca.usp.br/ pjbr/arquivos/comentarios_mural8.htm>. Consultado em 25 de junho de 2006.

ERBOLATO, Mário L. (1981). *Jornalismo especializado*: emissão de textos no jornalismo impresso. São Paulo: Atlas.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. (2005). *Análise de Conteúdo*. Brasília: Liber Livro Editora.

KIENTZ, Albert. (1973). Da análise de conteúdo à culturanálise. *Comunicação de Massa – Análise de Conteúdo*. Rio de Janeiro: Editora Eldorado, p. 115-153.

SANTAELLA, Lúcia. (2001). *Comunicação e pesquisa*: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores.

SILVERSTONE, Roger. (2002). *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Edições Loyola.

ZANOTTI, Carlos Alberto. (2000).O índio que leu Enzensberger. *Correio Popular*, Campinas, 12 dez., 2000, p. 3. Disponível em: < http://observatorio.ultimosegundo.ig. com.br /aspas/ ent20052000a.htm>. Consultado em 10 de novembro de 2006.

_____ . (2002). *Gutenberg cai na rede*: um estudo das transformações que a rede mundial de computadores vem impondo aos processos de produção da imprensa diária. Tese de doutorado defendida no Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Entrevistas

FONSECA, Kátia. (2006). Entrevista concedida ao autor. Campinas, 20 junho de 2006.

MELLO, Nelson Homem. (2007). Entrevista concedida ao autor. Campinas, 18 de janeiro de 2007.

A imaxe de Galicia e os galegos nos xornais de América Latina (2005-2006)

Antonio Isasi Varela; Tatiana Hernández Soto; Moisés Limia Fernández; José Pereira Fariña e Xosé López García (Universidade de Santiago de Compostela)

(aisasi@usc.es; tatianah@usc.es; mlimia@usc.es; xpereira@usc.es; xlmorgan@usc.es)

Resumen

O obxectivo desta investigación é coñecer a imaxe que se constrúe e se transmite de Galicia e dos galegos -residentes tanto en Galicia como en Latinoamérica- na prensa de cinco países de América Latina: Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai. Para alcanzar o noso obxectivo, recorremos á triangulación metodológica, empregando, en esencia, dous métodos de investigación: a análise de contido e o método Delphi.

Dos resultados obtidos a partir da aplicación e combinación de ambos métodos, concluímos que Galicia, a pesar de non desempeñar un papel relevante en América Latina no momento actual, esperta un especial interese como futuro axente de intercambio e colaboración cos países latinoamericanos, onde os galegos, aínda que non contan con moito espazo nos mass media, gozan dunha imaxe moi positiva.

Abstract

The aim of this research is to know the image that Latin America newspapers (specifically, Argentinian newspapers, Uruguayan newspapers, Venezuelan newspapers, Mexican newspapers and Brazilian newspapers) communicate about the Spanish Autonomous Region of Galicia and about Galician people. In order to reach this aim, we have used the triangulation method, which has allowed us to combine two research strategies: content analysis and Delphi method.

We have concluded that Galicia, in spite of not playing a relevant role in Latin America society and Latin America newspapers nowadays, has an special interest as a future agent of exchange and collaboration with Latin America countries, where Galician people have a very positive image.

1. Introdución

A figura do emigrante marca a historia da Comunidade Autónoma de Galicia nos séculos XIX e XX. A diáspora galega, que tivo por destino Europa e, fundamentalmente, Latinoamérica, sitúase coma un fenómeno central na configuración da actual identidade de Galicia e da súa proxección no mundo. Ata tal punto resulta así que o fenómeno migratorio destaca, no momento actual, como o principal vínculo que une Galicia con América Latina.

O obxectivo da investigación é coñecer a imaxe que se transmite de Galicia e dos galegos (tanto dos residentes en Galicia como en Latinoamérica) na prensa de cinco países de América Latina: Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai[65].

Este obxectivo principal tradúcese en dous obxectivos secundarios:

1. Establecer o grao de atención que os principais medios de comunicación de Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai conceden a Galicia e ós galegos.

2. Definir e construír a imaxe que a prensa arxentina, mexicana, venezolana, brasileira e uruguaia ofrece de Galicia e os galegos.

Para acadar os nosos obxectivos (o principal e os secundarios), recorreremos á "triangulación metodolóxica" (Seale, 1999: 53). Esta proposta terminolóxica, popularizada polo profesor estadounidense Norman K. Denzin na súa obra *The Research Act* (1970), é orixinaria de áreas cognitivas como a topografía, a navegación ou a loxística castrense e propugna, no ámbito das ciencias humanas, a aplicación de distintas estratexias de investigación, ora cuantitativas, ora cualitativas, á análise dunha mesma realidade social.

En esencia, empregaremos, co obxecto de garantir a complementariedade paradigmática (cfr. Cea D'Ancona, 1999: 59) e a validez externa e interna do noso traballo (cfr. Ruiz, 1999: 110), dous métodos de investigación:

[65] A análise da imaxe dunha rexión, comunidade, país ou territorio na prensa doutra rexión, comunidade, país ou territorio ten antecedentes na literatura científica. En concreto, tomamos como referencia de aplicación e método para o noso traballo dous estudos: a obra que en 1993 publicaron Bilbao-Fullaondo, Cheval, Darré, Desvois e Garitaonandía baixo o título *Imágenes Recíprocas en los Medios de Comunicación Social. Francia - España - Aquitania - Euskadi* e a investigación *A Imaxe de Portugal e Galicia na Prensa dos Dous Países*, dirixida en 2002 por Xosé López García e Jorge Pedro Sousa.

a) A análise de contido.

b) O método Delphi.

1.1. A análise de contido

Aplicada a esta investigación, a análise de contido abrangue dúas fases:

1. O baleirado de contido mediante cuestionario.

2. A análise cuantitativa, cualitativa e lonxitudinal do contido baleirado no apartado anterior.

1.1.1. O baleirado de contido mediante cuestionario

A técnica do baleirado de contido (para a súa ulterior análise) conleva a aplicación dunha ficha ou cuestionario ás unidades que integran un determinado corpus de análise.

A unidade de análise é, neste traballo, a peza xornalística que

a) toma a Galicia e ós galegos –ou, no seu defecto, a España e ós españois- como obxecto de referencia e

b) foi publicada en Internet por algún dos seguintes xornais latinoamericanos[66]:

- La Nación (Arxentina, http://www.lanacion.com.ar).

- Clarín (Arxentina, http://www.clarin.com).

- Folha de Sao Paulo (Brasil, http://www.folha.uol.com.br).

- Globo (Brasil, http://oglobo.globo.com).

- El Sol de México (México, http://www.oem.com.mx/elsoldemexico).

- Reforma (México, http://www.reforma.com).

- El Universal (México, http://www.eluniversal.com.mx).

- El País (Uruguai, http://www.elpais.com.uy).

- La República (Uruguai, http://www.larepublica.com.uy).

- El Observador (Uruguai, http://www.observa.com.uy).

[66] Dous foron, esencialmente, os criterios de selección destes xornais: a) a súa consideración como diarios de referencia nos seus respectivos países e b) a súa enorme capacidade de penetración social, dada a elevada difusión de todos eles.

- El Nacional (Venezuela, http://www.el-nacional.com).

- El Universal (Venezuela, http://www.eluniversal.com).

As unidades que analizamos na investigación integran un dobre corpus documental de análise:

1. Corpus A (545 unidades, xaneiro – maio de 2006), conformado por todas aquelas pezas xornalísticas que, tomando a Galicia e ós galegos –ou, no seu defecto, a España e ós españois- como obxecto de referencia, foron publicadas en Internet por algún dos referidos xornais latinoamericanos entre xaneiro e maio de 2006.

2. Corpus B (70 unidades, abril – agosto de 2005), conformado por todas aquelas pezas xornalísticas que, tomando a Galicia e ós galegos –ou, no seu defecto, a España e ós españois- como obxecto de referencia, foron publicadas en Internet por algún dos referidos xornais latinoamericanos entre abril e agosto de 2005 con motivo das eleccións á Xunta de Galicia, celebradas o 19 de xuño de 2005.

A ficha que aplicamos sobre os corpus A e B está conformada por unha serie de variables empíricas que, en cada unidade de análise, adquiren un ou outro valor. As variables das que consta o cuestionario son as que enunciamos a continuación:

- Título da peza xornalística.

- Xornal no que foi publicada a peza xornalística.

- Data de publicación da peza xornalística.

- Sección na que foi publicada a peza xornalística.

- Ángulo da peza xornalística (positivo, negativo ou neutral para os intereses de Galicia e os galegos).

- Xénero da peza xornalística.

- Ámbito temático da peza xornalística (Política, Economía, Sociedade, Cultura, Deporte...).

1.1.2. Análise de contido cuantitativo, cualitativo e lonxitudinal

Propugnamos, para estudar os datos obtidos durante a fase de baleirado, a análise de contido (cfr. Bardin, 1986: 87)

a) cuantitativa (análise da frecuencia de aparición dos valores das variables empíricas que conforman o cuestionario),

b) cualitativa (análise da presencia/ ausencia dos valores das variables empíricas que conforman o cuestionario) e

c) lonxitudinal (análise cuantitativa e cualitativa coa introdución da variable 'tempo').

1.2. O método Delphi

O método Delphi, que empregamos coa finalidade de garantir a complementariedade metodolóxica do noso traballo, ten por obxecto acadar o consenso entre as opinións dun conxunto de persoas seleccionadas por ser expertos nun determinado problema de investigación. Dese consenso resultará, en último termo, unha visión prospectiva razoablemente sólida sobre o referido problema.

A continuación, enumeramos as principais características técnicas do método:

- O instrumento básico co que traballa o Delphi é o cuestionario. Así, o método somete a un grupo de expertos ó enchido sucesivo de, alomenos, dous cuestionarios co obxectivo de recoller as súas opinións e visións sobre o futuro do problema de investigación. Cada instancia de enchido recibe a denominación de 'rolda'.
- A finalidade esencial do Delphi é acadar prognósticos que sexan o produto dun consenso o máis sólido posible entre os expertos consultados. Deste xeito, nas roldas posteriores á primeira, o experto que realizou prognósticos que, en certo modo, se desvían dos prognósticos máis consensuados ten a posibilidade de manter ou, á vista do consenso, modificar a súa resposta inicial.

1.2.1. O método Delphi na nosa investigación

Aplicado ó noso traballo, que pretende coñecer a imaxe de Galicia e dos galegos na prensa latinoamericana, o método Delphi presenta tres particularidades:

1. O desenvolvemento dun cuestionario *ad hoc*. O cuestionario está estruturado nun total de 20 preguntas relacionadas con Galicia e os galegos que emigraron a América Latina e vinculadas, entre outros, ós ámbitos educativo, económico e cultural.

2. A selección de 15 expertos, co seguinte perfil: profesionais dos medios de comunicación latinoamericanos que

a) teñen algunha referencia sobre Galicia e coñecen ben a política dos seus respectivos países (quen é quen no funcionamento das sociedades nacionais en cada país),

b) posúen unha formación universitaria e

c) abranguen un rango de idades entre os 25 e os 60 anos.

3. A realización de dúas roldas. Os expertos foron consultados en dúas etapas sucesivas:

a) Na primeira etapa ou rolda, se lles enviou o cuestionario anteriormente referido. Respostaron os 15 expertos.

b) Na segunda etapa, se lles mandou de novo o cuestionario, acompañado esta vez dunha análise estatística que resumía os resultados acadados na rolda anterior. Así, en cada pregunta, o experto consultado podía comprobar o grao de coincidencia da súa resposta respecto da maioritaria e modificala ou non en aras de acadar un maior consenso. Contestaron 5 expertos, que non modificaron as súas opinións iniciais. Ante a inmutabilidade nas respostas destes 5 expertos e a abstención dos outros 10, asumimos como definitivos os resultados da primeira rolda.

2. Resultados

2.1. Resultados da análise de contido

Coa vontade de coñecer a imaxe que se transmite de Galicia e dos galegos na prensa de Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai, realizamos unha análise cuantitativa, cualitativa e lonxitudinal do contido baleirado das pezas xornalísticas (unidades de análise) que

a) toman a Galicia e ós galegos –ou, no seu defecto, a España e ós españois- como obxecto de referencia e

b) foron publicadas en Internet por algún dos seguintes xornais latinoamericanos: *La Nación, Clarín*, *Folha de Sao Paulo*, *O Globo*, *El Sol de México*, *Reforma*, *El Universal* (de México), *La República*, *El Observador*, *El País*, *El Nacional* e *El Universal* (de Venezuela).

As unidades que analizamos na investigación compoñen, recordamos, un dobre corpus documental de análise:

1. Corpus A (545 unidades, xaneiro – maio de 2006), conformado por todas aquelas pezas xornalísticas que, tomando a Galicia e ós galegos –ou, no seu defecto, a España e ós españois- como obxecto de referencia, foron publicadas en Internet por algún dos referidos xornais latinoamericanos entre xaneiro e maio de 2006.
2. Corpus B (70 unidades, abril – agosto de 2005), conformado por todas aquelas pezas xornalísticas que, tomando a Galicia e ós galegos –ou, no seu defecto, a España e ós españois- como obxecto de referencia, foron publicadas en Internet por algún dos referidos xornais latinoamericanos entre abril e agosto de 2005 con motivo das eleccións á Xunta de Galicia, celebradas o 19 de xuño de 2005.

2.1.1. Resultados da análise do corpus A: a imaxe de Galicia e España na prensa latinoamericana entre xaneiro e maio de 2006

Entre xaneiro e maio de 2006, só 28 das 545 pezas xornalísticas analizadas tomaron exclusivamente a Galicia como obxecto de referencia, fronte ás 517 que informaron, en xeral, sobre o Estado español (véxase o gráfico 1). Así, Galicia faise esencialmente visible nos xornais latinoamericanos a través da propia representación de España, sendo apenas referenciada como entidade independente.

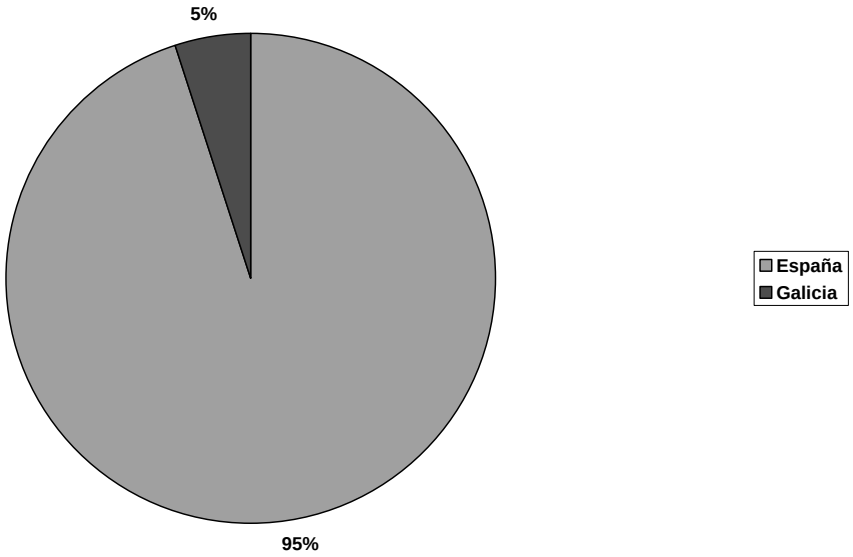


Gráfico 1.

Porcentaxe de pezas xornalísticas que toman a Galicia e España como obxecto de referencia e que foron publicadas na prensa latinoamericana entre xaneiro e maio de 2006.

A sección de Internacional é o filtro elixido polos xornais de Latinoamérica para dar cabida nos seus discursos a España e Galicia. O 32,1% e o 46,61% das unidades de análise que toman, respectivamente, a Galicia e a España como elemento referencial están integradas no ámbito 'Internacional' (véxase gráficos 2 –Galicia- e 3 –España-). En menor medida,

a) as seccións de Cultura e Política no caso galego e

b) a sección de Deportes no caso español

abranguen ámbitos que favorecen a presencia de Galicia e España no discurso cotián da prensa latinoamericana.

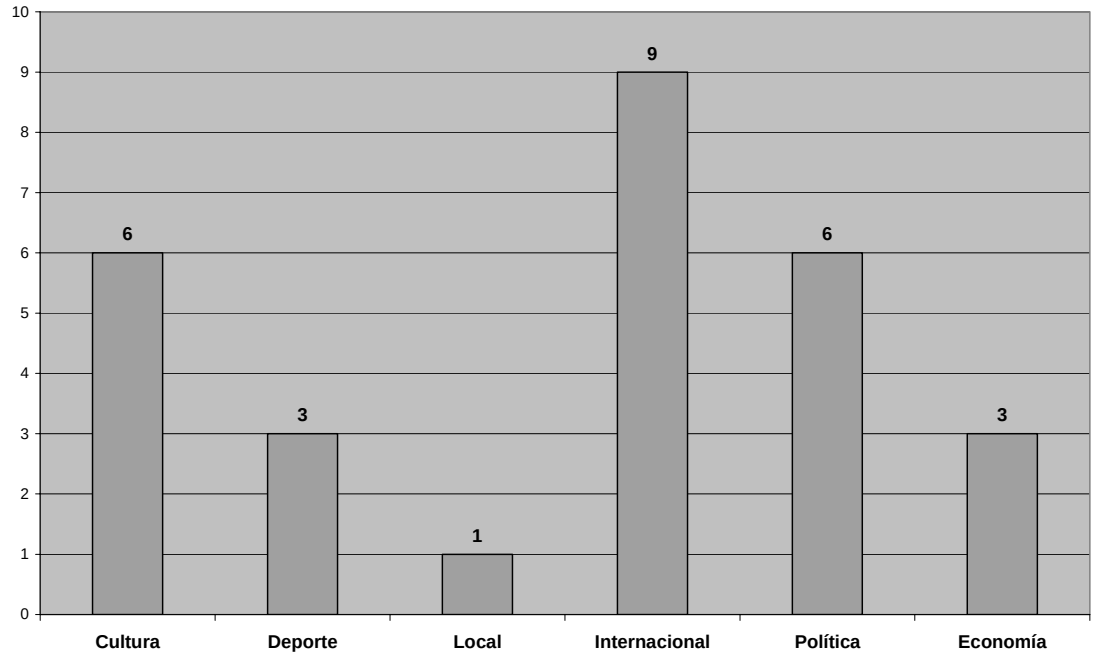


Gráfico 2.

Número de pezas xornalísticas sobre Galicia que foron publicadas nas diferentes seccións da prensa latinoamericana entre xaneiro e maio de 2006.

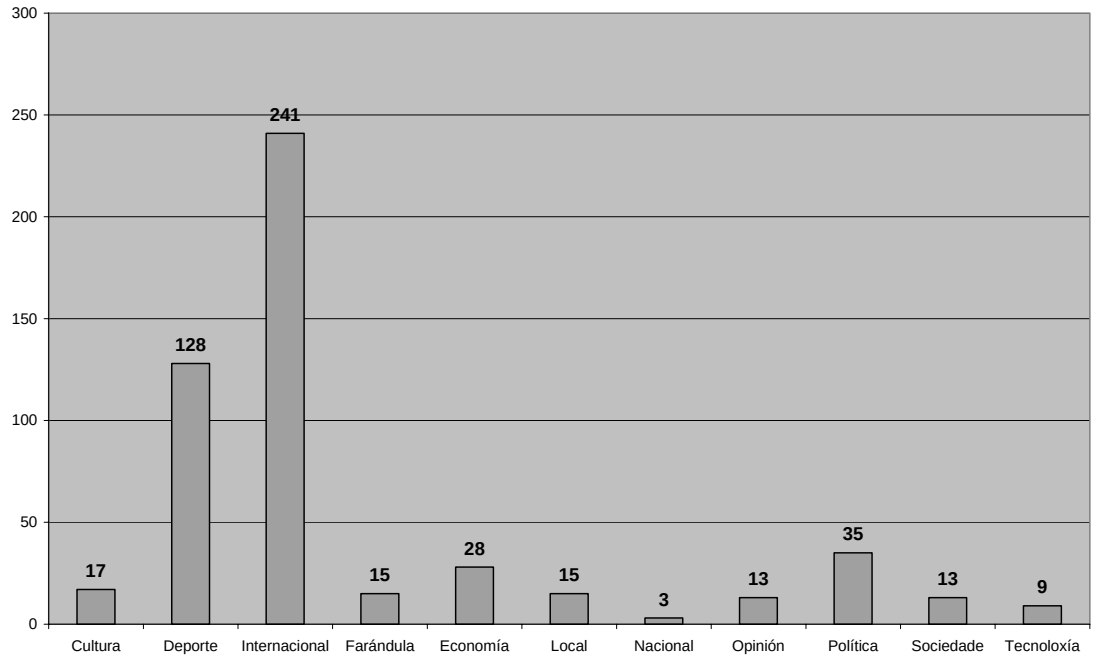


Gráfico 3.

Número de pezas xornalísticas sobre España que foron publicadas nas diferentes seccións da prensa latinoamericana entre xaneiro e maio de 2006.

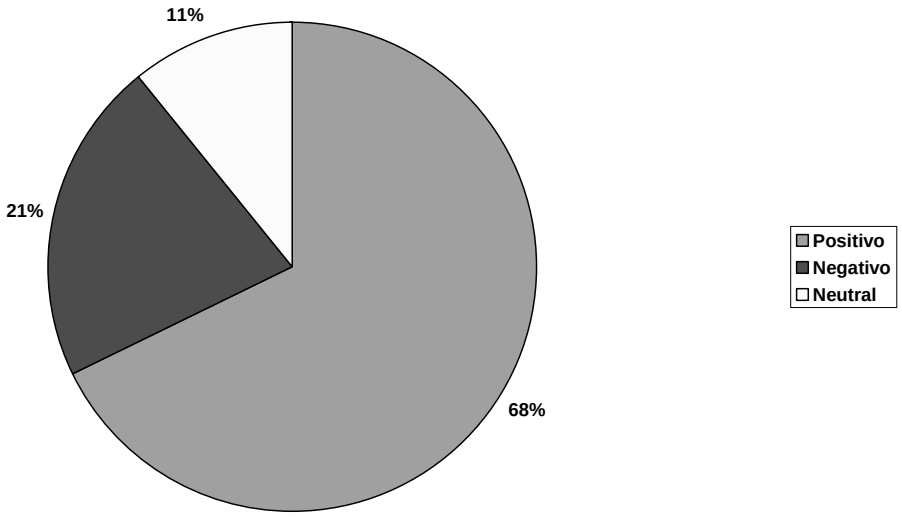


Gráfico 4.

Ángulo das unidades de análise que toman a Galicia como obxecto de referencia (positivo, negativo ou neutral para os intereses de Galicia).

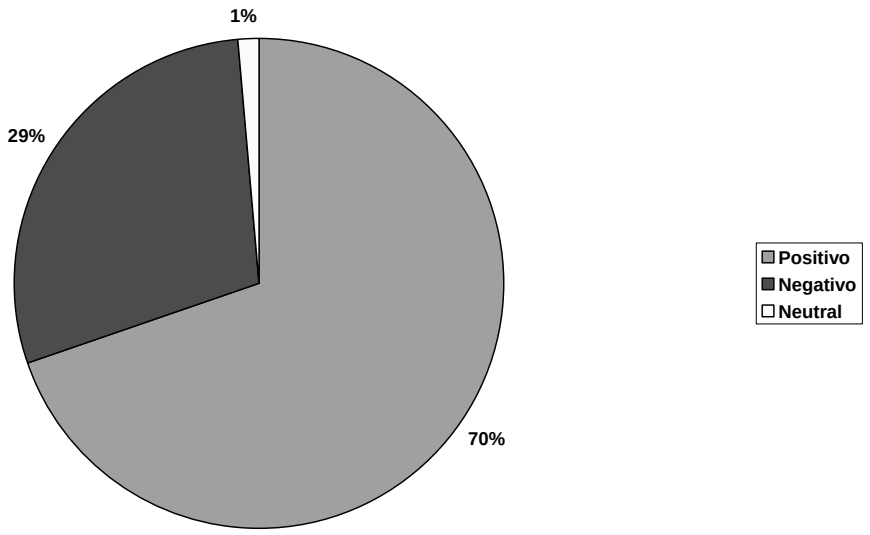


Gráfico 5.

Ángulo das unidades de análise que toman a España como obxecto de referencia (positivo, negativo ou neutral para os intereses de España).

Como amosan os gráficos 4 (Galicia) e 5 (España), as imaxes de Galicia e España nos principais diarios de Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai son

a) maioritariamente positivas,

b) minoritariamente negativas e

c) escasamente neutras

para os intereses dun e doutro territorio.

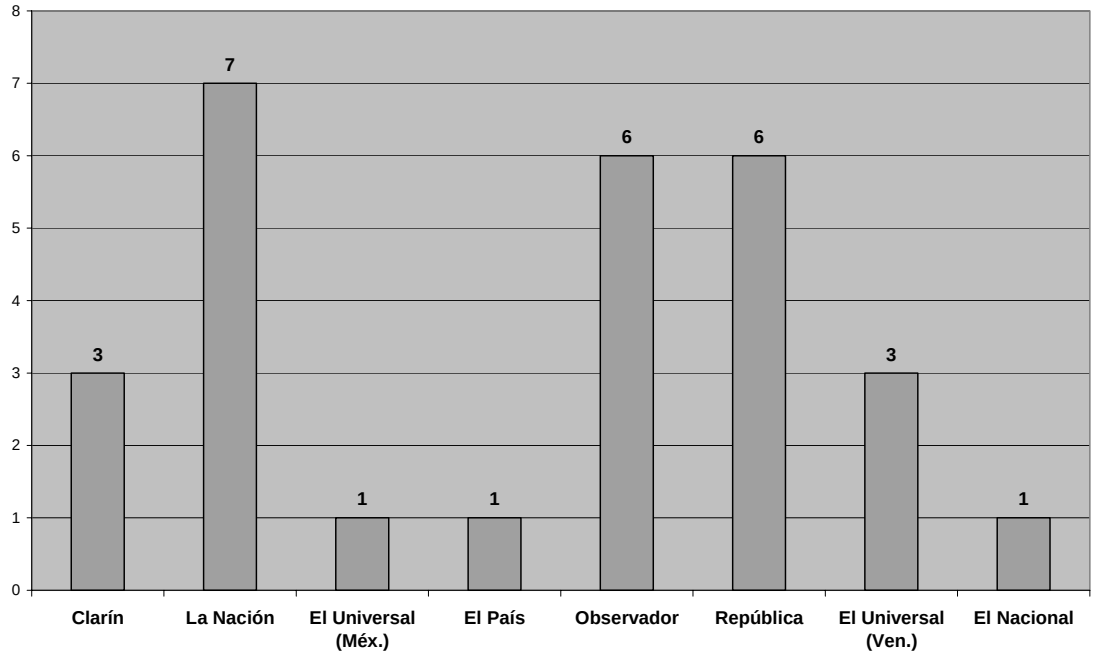


Gráfico 6.

Pezas xornalísticas publicadas polos xornais de Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai en referencia a Galicia.

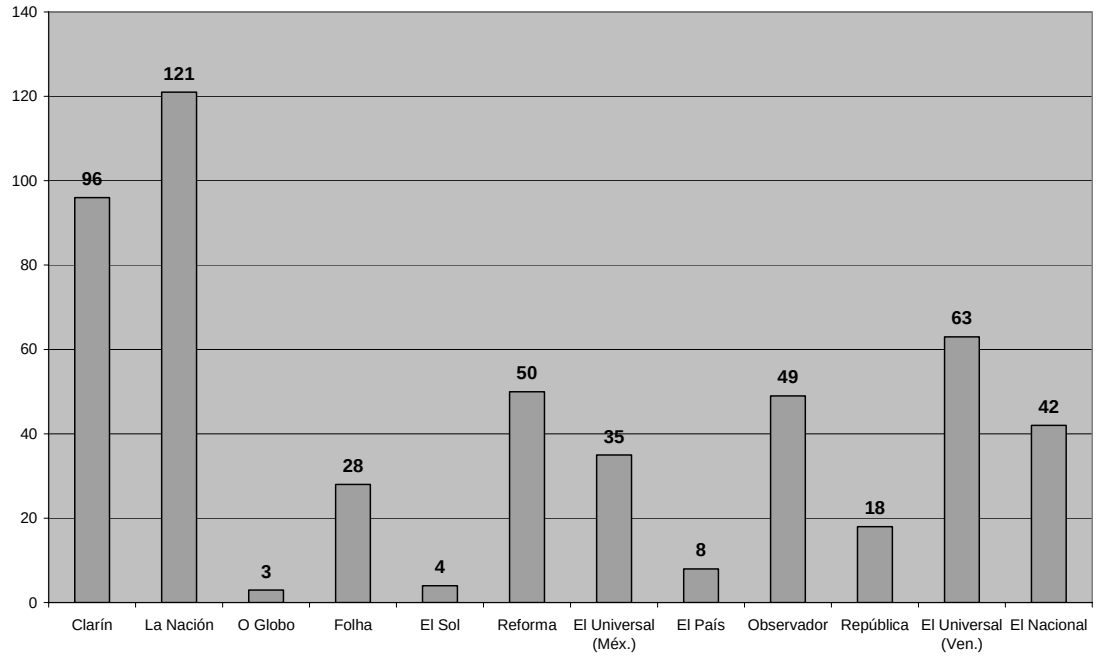


Gráfico 7.

Pezas xornalísticas publicadas polos xornais de Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai en referencia a España.

Os xornais latinoamericanos constrúen, pois, a imaxe de Galicia e España coa pluma da benevolencia, e o fan, fundamentalmente, desde o Estuario da Prata: as preferencias da emigración galega por Arxentina e Uruguai como principais destinos migratorios en Sudamérica condicionan o propio discurso informativo dos medios latinoamericanos. Neste senso, o rotativo arxentino *La Nación* e os uruguaios *El Observador* e *La República* acumulan o 67,86% das pezas xornalísticas publicadas pola prensa de Latinoamérica entre xaneiro e maio de 2006 en referencia a Galicia. Ademais, Arxentina concentra, nas páxinas de *Clarín* e *La Nación*, o 41,97% das aparicións de España nos medios de Latinoamérica (véxase gráficos 6 –Galicia- e 7 –España-).

2.1.2. Resultados da análise do corpus B: a imaxe de Galicia na prensa latinoamericana entre abril y agosto de 2005 (eleccións galegas)

O 19 de xuño de 2005 celebráronse eleccións á Xunta de Galicia. Entre os meses de abril e agosto, as páxinas dos principais diarios latinoamericanos ofreceron variadas doses informativas sobre o acontecemento.

Como recolle o gráfico 8, o discurso que toma ós comicios galegos de 2005 como obxecto de referencia construíuse, fundamentalmente, desde a prensa venezolana: o 42,86% das pezas xornalísticas analizadas corresponden ós xornais *El Nacional* e, especialmente, *El Universal*, que, en apenas un mes (xuño de 2005), publica ata 24 informacións que aluden ás eleccións á Xunta de Galicia.

As cabeceiras uruguaias tamén contribuíron, en grande medida, á definición da imaxe galega durante as eleccións de 2005: *El País*, *La República* e *El Observador* deron cabida no seu espazo informativo a un 37,14% das unidades de análise.

Sen embargo, os comicios galegos, que apenas foron considerados na prensa de Arxentina (diarios *Clarín* e *La Nación*) e México (xornais *El Universal* e *Reforma*), non adquiriron o estatuto de nova en ningún dos principais cotiáns brasileiros.

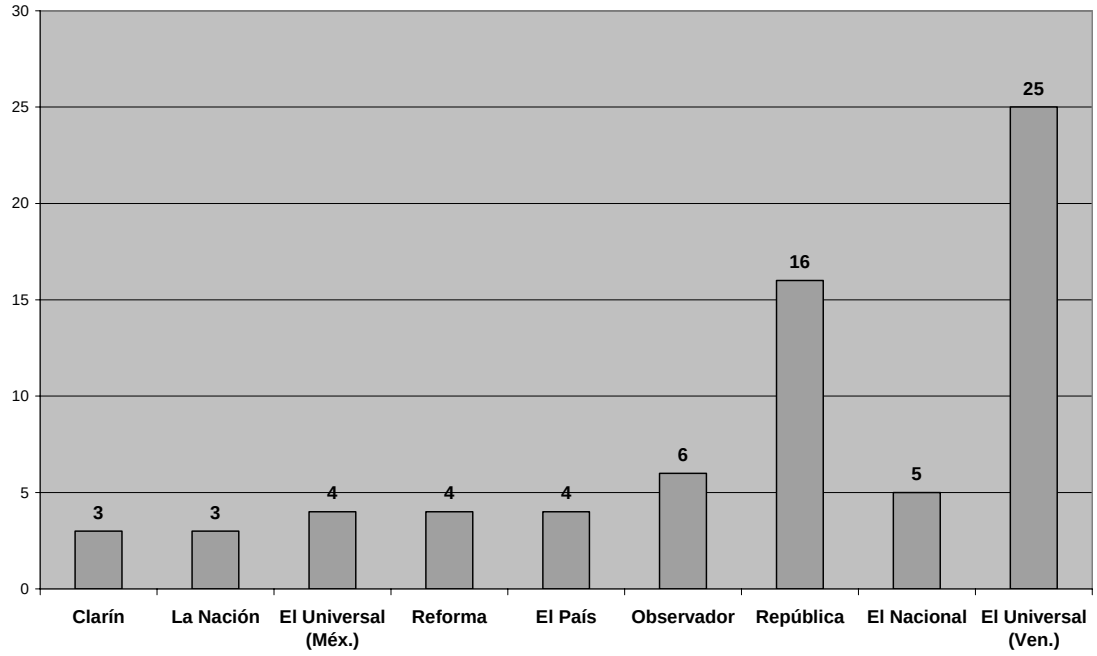


Gráfico 8.

Pezas xornalísticas publicadas polos xornais de Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai en referencia ás eleccións galegas de 2005.

A imaxe de Galicia no discurso da prensa latinoamericana alusivo ás eleccións á Xunta de 2005 definiuse, en todo caso, desde a positividade (véxase o gráfico 9). Así, as pezas xornalísticas

publicadas polos principais xornais de Arxentina, México, Venezuela e Uruguai a propósito dos comicios galegos construíronse desde un ángulo

a) maioritariamente favorable e

b) minoritariamente desfavorable

ós intereses da Comunidade Autónoma de Galicia e dos seus habitantes.

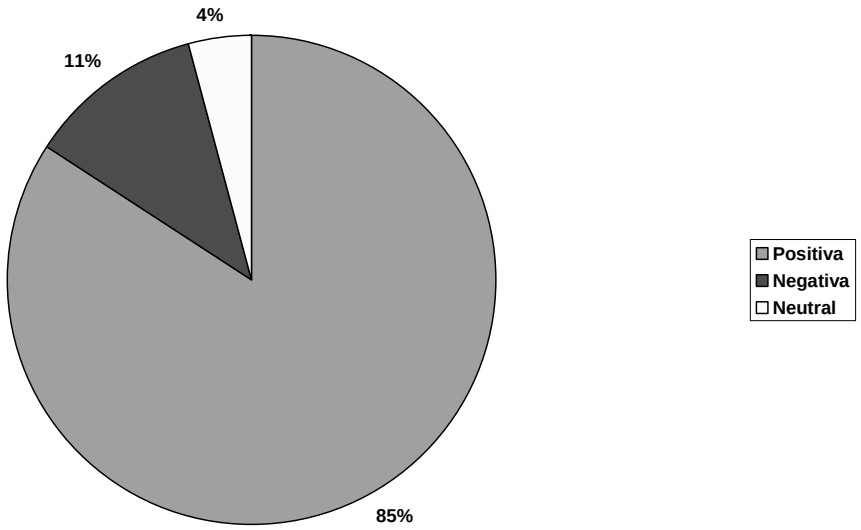


Gráfico 9.

Ángulo das pezas xornalísticas que toman ás eleccións galegas de 2005 como obxecto de referencia (positivo, negativo ou neutral para os intereses de Galicia).

2.2. Resultados do método Delphi

Coa fin última de determinar a imaxe que se transmite de Galicia e dos galegos na prensa e, en xeral, na sociedade latinoamericana, expoñemos, neste epígrafe, os resultados da aplicación do método Delphi á nosa investigación. Recordamos que estes resultados son froito do consenso acadado entre os 15 expertos consultados a propósito das relacións entre Galicia e Latinoamérica[67]. Amosamos, a continuación, as súas principais aserción consensuadas (véxase, na páxina seguinte, a táboa 1):

[67] Os expertos, como xa apuntamos nun epígrafe anterior, foron consultados en dúas roldas sucesivas. Na primeira rolda, o cuestionario foi contestado polos 15 expertos. Na segunda rolda, o cuestionario, que acompañamos dun resumo estatístico dos resultados acadados na rolda inicial, foi respostado por 5 expertos, que mantiveron as súas opinións de

1. Galicia non desempeña un papel moi importante en América Latina.

2. As relacións económicas, políticas e sociais entre Galicia e América Latina non son especialmente boas.

3. Os convenios que Galicia ten firmado co MERCOSUR e outros organismos de Latinoamérica non teñen unha gran relevancia para o futuro de ambos territorios.

4. É necesario desenvolver políticas de colaboración educativa e medioambiental entre Galicia e América Latina.

5. Galicia debe colaborar con América Latina en áreas como o turismo, a educación e a cultura e, en menor medida, en outros ámbitos como a pesca.

6. Cómpre a realización de feiras e certames comerciais que fagan posible o intercambio de información e experiencias entre Galicia e América Latina.

7. Os ámbitos de explotación comercial máis importantes para América Latina son, por orde de maior a menor relevancia, o turismo, a agricultura, a metalurxia e os derivados do petróleo, a pesca e o textil.

8. Os medios latinoamericanos ofrecen escasa información sobre Galicia.

9. No último quinquenio (2001-2005), non incrementou a presenza dos galegos en América Latina.

10. O emigrante galego en Latinoamérica é considerado unha persoa traballadora que contribúe ó desenvolvemento económico, cultural e social do país onde reside.

ASERCIÓN	**PORCENTAXE DE EXPERTOS QUE SECUNDA A ASERCIÓN**
1. Galicia non desempeña un papel moi importante en América Latina	64,3%
2. As relacións económicas, políticas e sociais entre	66,7%

partida. Ante a inmutabilidade nas respostas destes 5 expertos e a abstención dos outros 10, asumimos como definitivos os resultados da primeira rolda.

Galicia e América Latina non son especialmente boas	
3. Os convenios que Galicia ten firmado co MERCOSUR e outros organismos de Latinoamérica non teñen unha gran relevancia para o futuro de ambos territorios	57,2%
4. É necesario desenvolver políticas de colaboración educativa e medioambiental entre Galicia e América Latina	93,3%
5. Galicia debe colaborar con América Latina en áreas como o turismo, a educación e a cultura e, en menor medida, en outros ámbitos como a pesca	93,3% (turismo); 92,8% (educación); 86,6% (cultura); 53,8% (pesca)
6. Cómpre a realización de feiras e certames comerciais que fagan posible o intercambio de información e experiencias entre Galicia e América Latina	80%
7. Os ámbitos de explotación comercial máis importantes para América Latina son, por orde de maior a menor relevancia, o turismo, a agricultura, a metalurxia e os derivados do petróleo, a pesca e o textil	93,3% (turismo); 78,5% (agricultura); 61,5% (metalurxia e petróleo); 58,3% (pesca e textil)
8. Os medios latinoamericanos ofrecen escasa información sobre Galicia	93,4%
9. No último quinquenio (2001-2005), non incrementou a presenza dos galegos en América Latina	72,8%
10. O emigrante galego en Latinoamérica é considerado unha persoa traballadora que contribúe ó desenvolvemento económico, cultural e social do país onde reside	100%

Táboa 1. Resultados do método Delphi: porcentaxe de expertos que secundan cada unha das aserción consensuadas.

3. Conclusións

A finalidade principal desta investigación contempla, como fixamos desde o primeiro momento e delimitamos no obxecto de estudo, a obtención dunha visión xeral sobre cómo a prensa latinoamericana conta o que é Galicia, o que pasa en Galicia, o que é a emigración galega, o que fan os emigrantes galegos, cómo viven na actualidade nos países onde residen e todo o que ten que ver coa imaxe de Galicia e dos galegos en Latinoamérica. Trátase dunha primeira aproximación para logo, a partir do estudo de cuestións concretas sobre as actuacións e as estratexias de comunicación, ver algunhas posibles vías para aproveitar mellor as potencialidades que ten Galicia, os galegos e os galegos residentes en países latinoamericanos.

No estudo, que titulamos *A imaxe de Galicia e os galegos a través da prensa en América 2005-2006*, o que se fixo foi, pois, analizar aspectos da imaxe que se transmite de Galicia e dos galegos (tanto dos residentes en Galicia como en Latinoamérica) na prensa de América (Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai). Buscouse coñecer se os principais medios de prensa prestan atención a estas cuestións e, cando o fan, cómo se presenta aos galegos no contexto das sociedades locais nas que hoxe están asentados e cómo se presenta ao país do cal emigraron un día e co que hoxe seguen mantendo relación a través de distintas iniciativas públicas e privadas, nomeadamente a través dos programas que leva adiante a Xunta de Galicia.

Da análise de contido dedúcese unha escasa presenza de mensaxes relativos a Galicia nos diarios de referencia. Era unha conclusión agardada e formaba parte das nosas hipóteses de partida. Dificilmente podía ser doutro xeito, xa que os diarios de referencia de Arxentina, México, Venezuela, Brasil e Uruguai, segundo os seus principios fundacionais e os seus obxectivos, dan preferencia á información do que acontece nos seus respectivos países, promovida polos líderes e actores deses países, maioritariamente de colectividades nativas ou cunha larga historia neses países.

Os galegos, sendo un grupo importante, non teñen forza suficiente como para liderar todos eses procesos, moi vinculados á historia e situación de cada país, é dicir, ao que conforma os elementos constitutivos do nacionalismo de cada país.

Os datos indican que cando hai acontecementos relevantes en Galicia que afectan aos emigrantes galegos en Latinoamérica a prensa deses países inclúe eses temas na súa axenda. Un caso moi claro foi o das eleccións galegas de xuño de 2005. A análise de contido confirmou a nosa hipótese dun tratamento amplo na maioría dos medios impresos, na maior parte dos casos dunha forma moi positiva.

Á marxe deste acontecemento relevante, no día a día, a imaxe de Galicia –e, en xeral, de España- que transmiten os diarios impresos de referencia nos países latinoamericanos obxecto deste estudo é bastante positiva. Certamente, a maioría das noticias que publican refírense a España –sobre todo, á política española e a iniciativas que teñen consecuencias para Latinoamérica-. Pero, da pequena presenza de noticias galegas, a práctica totalidade transmite unha imaxe positiva de Galicia e dos galegos. Das 28 que se refiren a Galicia, 19 son positivas e 6 son negativas.

Esa mesma visión positiva é a que teñen os profesionais destes países que traballan nos medios de comunicación. Da información recollida a partir da aplicación do método Delphi conclúese que hai un gran interese pola colaboración de Galicia –e, en xeral, de España- cos países latinoamericanos, especialmente, en áreas tales coma o turismo, a educación ou a cultura. A imaxe que perciben das actuacións e comportamentos dos galegos nestes anos tamén é moi boa grazas ás iniciativas e accións que promoven os gobernos dos países onde residen os galegos, que son vistos coma "traballadores e colaboradores".

Galicia goza, pois, dunha boa imaxe en importantes sectores dos países de Latinoamérica grazas ao traballo incansable das comunidades de emigrantes –que participan na actividade pública neses países, posúen capacidade de intervención na súa vida económica…- e ás actuacións dos gobernos de Galicia en Latinoamérica. Esta boa imaxe queda constatada cando analizamos as respostas do colectivo de comunicadores que foron consultados para este traballo. Así, os profesionais da

comunicación que participaron como expertos nas rondas de consulta do método Delphi cren que é necesario estudar novas vías de colaboración entre Galicia e os seus respectivos países. Entenden, además, que esa boa imaxe, esa "simpatía mutua", debe aproveitarse mellor para campos de interese común.

En definitiva, como amosan os resultados obtidos tanto na análise de contido (véxase o epígrafe 2.1) como na aplicación do método Delphi (véxase o epígrafe 2.2),

a) Galicia, pese a non desempeñar un papel relevante en América Latina no momento actual, esperta un especial interese como futuro axente de intercambio e colaboración cos países latinoamericanos, nomeadamente en ámbitos como o turismo, a educación ou a cultura.

b) Os galegos, aínda que non contan con moito espazo nos medios de comunicación de Latinoamérica, gozan dunha imaxe moi positiva na prensa e son considerados como "traballadores e colaboradores" pola sociedade latinoamericana.

No terceiro milenio, na Sociedade da Información e o Coñecemento, resulta vital para calquer país proxectar a súa imaxe no mundo. Supón estar no mundo con persoalidade, con voz propia, con identidade. E Galicia, dado que posúe unha cultura e unha imaxe de país propias, necesita esa proxección, que é un aspecto central e nuclear para vencer eventuais desafíos e reforzar a cohesión social do pobo galego máis alá das fronteiras autonómicas, ao outro lado do Atlántico.

4. Bibliografía

Bardin, Laurence (1986): *Análisis de contenido*. Madrid, Akal. [Edición orixinal: 1977].

Bilbao-Fullaondo, J.; Cheval, J.-J.; Darré, A.; Desvois, J. M. y Garitaonandía, C. (1993): *Imágenes Recíprocas en los Medios de Comunicación Social. Francia - España - Aquitania – Euskadi*. España, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Cea D'Ancona, M. Ángeles (1999): *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid, Síntesis.

Denzin, Norman K. (1970): *The research act in Sociology (first edition)*. Londres, Butterworth.

Landeta, Jon (1999): *El método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre*. Barcelona, Ariel.

López García, Xosé; Sousa, J. Pedro et al. (2002): *A Imaxe de Portugal e Galicia na Prensa dos Dous Países*. Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela.

Ruiz, J. Ignacio (1999): *Metodología de la investigación cualitativa*, Bilbao, Universidad de Deusto.

Seale, Clive (1999): *The quality of qualitative research*. Londres, Sage Publications.

Para estancar os galimatias e incrementar a inteligibilidade

Mário Pinto (Universidade Fernando Pessoa)

(mpinto@ufp.pt)

Sumário

Requisitos para o cabal cumprimento do exercício de um jornalismo de qualidade. Estado actual do jornalismo de imprensa. Comentários/desabafos provenientes de exímios membros da classe. Exemplos (comentados) de anomalias e causas das mesmas. Imperativo de aposta no ensino da gramática e na exigência de maior rigor expressivo. Medidas a empreender para inverter o *statu quo*.

Visto tratar-se de uma problemática tão candente quão lhano e directo é o modo como foi formulada a questão, e sendo assazmente amplo o leque de opções equacionáveis para a analisar, a primeira dificuldade reside em seleccionar, de entre a vasta panóplia de ângulos de abordagem possíveis, todos outrossim pertinentes, um sobre o qual nos debruçarmos.

E se o impulso inicial, mais emotivo que racional, portanto carente da exigida cientificidade, poderia propender para uma resposta mais prosaica do que a que titula esta reflexão – "para obstar a que continue a enfermar dos vícios de que coetaneamente padece" – impõe-se maior prudência, no fundo ponderar prós e contras e, não elidindo que toda a moeda tem sempre anverso e reverso, reconhecer que nem tudo é merecedor de reparo. Equacioná-la-emos, pois, de duas vertentes, começando pela que se nos afigura mais premente.

E o que primeiro nos ocorre é indagar de onde parte a pergunta que subjaz a esta Jornada, em que condições é feita. O que não é de somenos. Porque, conforme a proveniência da mesma e, inerente, a sua intencionalidade, necessariamente diferentes serão as respostas. Vejamos porquê: havendo ela sido formulada por certos profissionais 'tarimbeiros', com uma opinião desdenhosa acerca do

ensino universitário do jornalismo – os quais, como Núñez Ladevéze (1991: 13) afirma, quando falam das faculdades de Jornalismo "se expresan como si la función universitaria consistiera en suministrar profesionales diestros; y cuando juzgan el grado de conocimiento de los licenciados arguyen, para censurar a la Facultad, que carecen de soltura en el oficio" –, então, prossegue o autor, "discutir si hacen falta o no facultades en que se enseñe periodismo es una estupidez. Discutir el tipo de enseñanza que se suministra en las facultades es otra cosa." Desde logo porque "adquirir pericia es un asunto empírico, no un problema de desarrollo intelectual, al alcance de cualquier voluntad audaz dispuesta a atropellar la gramática, y otras cosas tras ella, con la pluma." Assim perspectivada, a Universidade não passaria de um instrumento "servil de empresarios o redacciones".

Ora, se é inquestionável não se poder a Universidade alhear da sua função socialmente integradora e cooperativa nem pôr-se à margem do processo de institucionalização social, isso não significa que deva conceber-se como uma instituição subordinada às necessidades práticas de qualquer instituição. Porque uma coisa é cooperar na integração comunitária e outra, totalmente diversa, é depender das outras instituições, por relevantes que elas sejam, tendo sempre presente que a Universidade não é:

> (…) un taller de prácticas donde los futuros oficiantes se adiestren en un oficio, cualquiera que sea, para el que las aulas nunca serán sustitutivo adecuado. Si eso es lo que todos, unos y otros, gobernantes, empresarios y profesionales, esperan del *alma mater* es que tienen muy bajo concepto de lo que es una madre y del carácter del alimento con que nutre a sus hijos.

Razão pela qual, acrescenta o autor, lhe merece "muy poco respeto la opinión desdeñosa que muchos periodistas tienen de la enseñanza universitaria del periodismo. Por lo común, son más engreídos cuanto menos frecuentaron la Universidad." Asseverando que não se lhe afigura que

assistam ao jornalismo actual razões susceptíveis de lhe permitirem poder "presumir mucho más que la Universidad.", acrescenta, inclusive, ser maior a capacidade de autocrítica dos meios universitários:

> Hay una diferencia, no obstante. Y consiste en el que el sentimiento autocrítico de la Universidad va mucho más allá que la autocomplacencia de los periodistas en su labor. No hay más que leer los editoriales de muchos periódicos para comprobar con qué insistencia se sitúan *au dessus de la mêlée* cualquiera que sea el objeto de su crítica, excepto cuando toca la autocrítica.

para concluir que o necessário é (*ibid.*: 14) "la colaboración entre periodistas y facultades, y la autocrítica conjunta, pero no el desdén ni la arrogancia mutuos.", porque (*ibid*.: 31):

> Las facultades no pueden reducirse a meras escuelas de prácticas como los «master» que organizan los periódicos; deben promover estudios e investigación sobre el material periodístico y contribuir a dignificar la mentalidad y la cultura de los periodistas futuros o actuales.

E, nesta perspectiva, a resposta mais ortodoxa é, desde logo e dado estar em causa tão nobre actividade, ser-se quase inelutavelmente conduzido para a sua problematização sob o prisma da ética e da deontologia. De facto, não obstante ser o jornalista antes de mais um cidadão, a verdade, contudo, é que é no exercício do seu múnus que se vê investido (e fica imbuído) de importantes responsabilidades em que estas duas dimensões, emergindo com total pregnância, devem constituir, além de marcos delimitadores, arquétipo norteador, porquanto tudo o que escreve (e diz) é determinante – e, como tal, influenciador e condicionante – do que o público leitor pensa. Poder e autoridade que, *ipso facto*, constituem (ou deviam constituir) um crivo profundamente restringente

do acesso à profissão, reservada, nas palavras de Luka Brajnovic (1991: 62) aos eleitos: "(…) informador no puede ser cualqiera, sino la persona capacitada para ello. Capacitada tanto intelectual como moralmente."

Com efeito, faltando-lhe esta capacidade de captar fielmente a realidade ou os factos, é abusiva a pretensão de atribuir a alguém o estatuto de jornalista ou, à actividade por ele exercida, o de jornalismo. Com rigor, neste caso nem tão-pouco de informação se poderá falar. Basta, para tanto, recordarmo-nos de que a essência da informação radica precisamente na verdade, e de que sem esta não há informação. É também nesta linha que Pilar Diezhandino (1994: 22) destaca, como imprescindível, que o jornalista disponha, além dos recursos básicos intelectuais, de critérios profissionais e de qualidades humanas susceptíveis de lhe permitirem converter em instrumento de trabalho a própria observação, condição *sine qua non* "(…) para saber cuáles son los límites entre una información que deviene en conocimiento, y aquella outra que trastoca o acaso instrumentaliza el conocimiento de los demás…".

Só a posse (ou consecução) destas qualidades dotará o jornalista de uma formação ética e deontológica susceptível de o guiar na sua tarefa quotidiana, porque o que está em causa é conferir rigor e credibilidade à realidade. O que permite a Luka Brajnovic (*ibid*.: 63) afirmar que o jornalista é não apenas o profissional que usa os *media* para transmitir as suas ideias e reflexões ou que possui uma curiosidade excepcional, mas sim "(…) aquel que, además, sabe distinguir la verdad de la falsedad, la realidad de la fantasia o de las conveniencias ideológicas."

Só a este poderá estar reservado o 'dom da paternidade' de produtos sérios, credíveis, que permitam que os *media* continuem a ser um dos pilares fundamentais de uma sociedade que se pretende livre e democrática, não podendo, em momento algum, vacilar no papel de consciência crítica e esteio-mor dessa mesma sociedade. Homem de análise, mas com capacidade de síntese, pouco proclive a impressões emocionais, o jornalista, dotado do imprescindível *nose for the news* que lhe permita estar sempre em cima do acontecimento tem, no entanto, de se guindar à supina abstracção susceptível de lhe permitir, em total concomitância, ver de perto e julgar como se

estivesse longe. Não é, por isso, estulta (nem megalómana) a pretensão daqueles que insistem em ser-lhe perfeitamente aplicável a trilogia que preconizava como dotes de um pensador "perceber com clareza, exactidão e viveza, julgar com verdade, discorrer com rigor e solidez".

Ao que acresce uma outra missão: a de ajudar o cidadão a orientar-se na selva noticiosa para a qual é quotidianamente aliciado. A resposta a questão de tão irrefragável pertinência – como distinguir a informação supérflua da necessária e, nesta, a imprescindível da conveniente para benefício pessoal, enriquecimento cultural – dá-no-la Luka Brajnovic (*ibid*.: 161) quando, discreteando acerca da informação e, mais concretamente, da necessidade de distinguir aquelas variantes, depois de realçar o imperativo de a informação, *lato sensu* considerada, dever ter uma ordem e hierarquia patentes na selecção dos "hechos, datos e sucesos" informativamente relevantes e necessários, função que compete ao jornalista, sublinha:

> En el fondo se trata de una obligación moral del informador que ni es ni representa poder alguno, si no quiere convertirse en un dictador y un usurpador. Su función es de servidor que pone – eso sí – toda su capacidad y posibilidades de un experto inteligente y honrado al servicio de los demás. En este sentido, la labor informativa es el primer servicio influyente en las relaciones sociales y de ningún modo el cuarto poder a nivel de los poderes legislativo, judicial y ejecutivo.

"Obligación moral", "servidor" e "al servicio de los demás" são, em nosso entender, as palavras-chave: não só vão directas ao âmago da questão, que identificam, como apontam o protagonista. De facto, o jornalista tem de desvelar-se em saber como funciona a sociedade que o envolve, e a isso é inerente a obrigação de pensar nos destinatários da sua mensagem informativa, a necessidade de conhecer as suas características sociais e culturais a fim de poder proporcionar-lhes a informação íntegra e inequívoca sem incorrer no erro de ser pesado ou superficial. Detectar o pormenor que explica a notícia, prescindindo do trivial, é apanágio do bom profissional que, à sua

maneira, poderá funcionar como primeiro *gatekeeper* ao decidir que temas vai levar à redacção e quais os assuntos que, em sua opinião, não vale a pena tratar, e é também o que em parte o diferencia do aprendiz ou do profissional medíocre, como Núñez Ladevéze (1991: 174-175) assevera: "(…) su capacidad intuitiva para comprender el alcance contextual de los acontecimientos e interpretarlos adequadamente com relación a los intereses singulares de los públicos relativos."

É claro que as missões atrás disquisicionadas – a de quase notário dos factos e de historiador da actualidade – só constituirão desiderato de possível consecução desde que, cumulativamente, se verifique um outro requisito: redigir bem, explanar as ideias numa prosa fluente, precisa, tersa, clara são também condições que, mais do que necessárias, são imprescindíveis (embora, como é consabido, quantas inverdades se socorrem de uma fraseologia irrepreensível para escamotear a essência da questão).

E é justamente aqui que reside o nó górdio da problemática em apreço. Porque o que nos tempos coevos escasseia é precisamente essa capacidade de proceder de forma minimamente inteligível ao relato dos factos/acontecimentos do quotidiano acerca dos quais se pretende informar. E testemunhos corroboradores desta asserção é algo que não falta. E com esta afirmação entramos no segundo ângulo de abordagem da questão.

2.

Mesmo abstraída a perspectiva apocalíptica de José Rodríguez Chaves[68], segundo o qual "Hay que tocar una vez más, y las que sean necesarias, el asunto de la campaña de degradación dirigida contra nuestra lengua, tan bien secundada por la cohorte de sedicentos informadores de los medios de estupidización de masas.", são muitas as vozes abalizadas que não hesitam em denunciar de forma mais ou menos cáustica o *statu quo*: de Bernardino Hernando (1990: 15), que assinala que "(...) el lenguaje está enfermo y aun agonizante, está enfermo, sobre todo, de 'periodismo' ya que

[68] Cf. "La guerra al idioma"*, ABC*, 30/7/1986, p. 26.

son los Medios de Comunicación llamada social los que, por lo menos, agravan irresistiblement la enfermedad.", ao alerta de J. V. Pina Martins (1983: 91) "A língua sofre tratos de polé na prestidigitação de muitos manipuladores que, nada sabendo da sua verdadeira natureza, a afeiçoam à imagem e semelhança da sua piramidal ignorância e assim a deformam.", passando por João Gaspar Simões (1983: 50-51), que postula

> Quem cria – ou assassina – as línguas são aqueles que, por detrás dos aparelhos de transmissão chamados jornais, rádio, TV, falando ou escrevendo […] acabam por ser os únicos responsáveis da fazedura ou do fazimento das línguas. [...[Toda a responsabilidade da criação das línguas parte, no fim de contas, daqueles que dela se servem, escrevendo ou falando, nos meios de comunicação orais ou escritos. [...]Ora quem escreve uma língua sem a saber falar [...] necessariamente a deforma, a corrompe, a assassina, a mata.

é unânime a imputação aos *media* de responsabilidades na degradação do idioma. Aceite como válida a asserção de Gaspar Simões, isto é, se de facto considerarmos que são os *media* que estão hoje incumbidos da tarefa de orientar a produção linguística, mas reconhecermos/admitirmos que, concomitantemente, são eles os responsáveis pela sua degradação, há, do nosso ponto de vista, supinas razões de preocupação quanto ao seu futuro.

Inferência que uma quantidade não negligenciável de depoimentos (mais antigos uns, recentes outros) corroboram, e com a particularidade de virem de 'dentro', de exímios jornalistas (colunistas e professores) cujo percurso lhes outorga autoridade para asseverarem o que sem rodeios asseveram. É o caso, entre outros, e sem sermos exaustivos, de Vasco Pulido Valente[69] que postula: "A imprensa do século XIX tinha muito menos respeito pela verdade, mas do ponto de

[69] In *Diário de Notícias* (3/7/2006, NACIONAL, p. 5), em resposta à questão: "Existe paralelo entre a imprensa da época em que Paiva Couceiro nasceu (1861) e a actual?"

vista do conteúdo intelectual havia jornais melhores do que os actuais.", ou de alguns provedores, como o do Diário de Notícias[70]:

> São muitas as cartas que recebo de leitores a queixarem-se do português que se escreve e fala nos órgãos de informação. Como já por mais de uma vez aqui afirmei, tendo a preocupar-me, sobretudo, com aqueles erros, normalmente de sintaxe, que tornam impossível apreender com rigor e clareza o verdadeiro sentido de uma frase ou de toda uma notícia. […]
>
> O jornalista poderá não ter um estilo, nem brilhar pelos dotes literários. Tem, no entanto, de revelar um domínio perfeito da língua em que escreve, sob pena de se arriscar a cair no descrédito e arrastar com ele o próprio jornal. Que autoridade, efectivamente, poderá reconhecer-se a alguém que pretende informar o público e não conhece, sequer, a forma correcta de registar as palavras? […] As escolas podem ensinar as regras, os livros podem ser um espaço de aprofundamento e renovação de uma língua, mas são os meios de comunicação que, hoje em dia, verdadeiramente condicionam os modos de expressão verbal.

ou o do Jornal de Notícias[71] que, em resposta à carta de uma leitora, escrevia:

> Que comentários fazer a esta série de alertas e tomadas de posição? Em primeiro lugar que os leitores têm razão (...). [...] rever sempre o que se escreve, não hesitar em consultar colegas mais conhecedores, dicionários ou guias de escrita como o Cíberdúvidas da Língua Portuguesa. E assumir e corrigir os erros. É preferível perder um quarto de hora por dia nestas tarefas aparentemente menores, mas sensíveis para

[70] Diogo Pires Aurélio, in *Diário de Notícias*, Provedor dos Leitores, 1/2/1999, p. 4.
[71] Manuel Pinto, "Provedor do Leitor", *Jornal de Notícias*, 23/1/2005, p. 23.

> a credibilidade do jornal, do que atamancar a escrita e suscitar o desânimo, se não o repúdio, por parte dos leitores. A credibilidade assenta na responsabilidade.

e ainda de jornalistas[72] que, com uma lucidez digna de registo, não hesitam em afirmar:

> Mas, então, convém esclarecer novo mito. É que muitos jogadores de futebol falam de facto mal – talvez mesmo a maioria deles fale mal –, mas a verdade é que nós também não falamos melhor. Caramba, nós sabemos falar português? Nós, que vivemos de bordões e frases feitas e expressões da publicidade – nós sabemos mesmo falar português? Nós, que começamos as frases com «É assim:», que manifestamos surpresa num «Vai lá, vai!», que negamos um favor através do «É que é já a seguir!» dito numa gargalhada boçal – nós falamos mesmo português?! Não, não falamos. Não, não sabemos. […] (Alguns de nós, de resto, até viram cronistas – mesmo usando «melhor» como contracção de «mais bem» no próprio destaque de um texto. E isso, sim, devia indignar-nos.)

Não nos surpreendeu, por isso, que depois de alguns conselhos de ordem prática – mormente reverem a gramática e terem "sempre à mão um prontuário ortográfico e um dicionário de verbos" – àqueles que (eufemisticamente, ou com imerecida elegância) apelida de "candidatos a jornalistas", Daniel Ricardo (2003: 19) tenha justificado: "É que, ainda por cima, nada irrita tanto os editores, quando 'passam prosas'[73], como terem de perder tempo a corrigir erros que nem aos alunos do ensino básico se perdoariam.".

Degradação que urge estancar, pois até já os jornais de referência, que Baptista-Bastos[74] apoda de "chatice inumerável" (e acerca dos quais assevera não se diferenciarem), estão a ser afectados, na medida em que "Não são mais bem escritos, não são mais 'plurais', […] os graus valorativos

[72] Joel Neto, in *Grande Reportagem*, 23/7/2005, p. 73.
[73] "Corrigir os textos, nos aspectos formal, estrutural e de conteúdo."
[74] In *Jornal de Negócios*, 3/11/2006, OPINIÃO, "Voltemos a falar de jornais".

nivelam-se por baixo", dando origem, segundo o autor, a "Um jornalismo de fast-food, de pronto-a-vestir […]. Não cria, não possui grandeza, inimigo feroz da gramática e do bom-senso, e social e culturalmente desprezível".

Afirmações como as precedentes reclamam, no entanto, a adução de exemplos corroboradores e legitimadores (que, ao porem em evidência os erros cometidos, apresentam ainda a vantagem de com eles se aprender, de modo a, no futuro, os evitar). Obrigados, por um lado, por esta exigência e condicionados, por outro, pelos limites impostos a reflexões desta índole, aduziremos apenas os estritamente necessários para a sua comprovação. E ainda que não escasseie o acervo que ao longo dos anos temos recolhido, cingir-nos-emos a uns quantos, aleatoriamente seleccionados (o que demonstra não só quão recorrente é a sua prática como também ser a mesma transversal a toda a imprensa coeva – da especializada/temática (económica) à generalista, passando pela dita de referência – em toda deparamos com os mesmos vícios e atopias). Procuraremos ainda dissociar o que se nos afigura constituir um laxismo consubstanciador de irrefutável desrespeito pelo público-leitor do que configura irrefragável ausência de conhecimentos básicos, inimaginável em quem fez esta opção profissional.

Assim, e começando por um periódico da imprensa especializada, detenhamo-nos na primeira página, por definição a vitrina da informação produzida.

2.1.

Comissão contra retenção e acesso de

dados pessoais sem mandato judicial

CNPD alerta para os perigos da Portagem Electrónica na UE.

Jornal de Negócios, 22/5/2006, p. 1, s.a..

Portugal ainda não **transpôs** esta decisão, mas se a directiva for **transposta** tal como está, na prática, poderá vir a permitir que um "qualquer polícia" possa, sem qualquer **mandato judicial**, aceder às bases de dados de tráfego de comunicações para efeitos de investigação criminal.

Jornal de Negócios, 22/5/2006, p. 16, Jd'E/FL.

A pergunta que nos ocorre é como conceber um erro de semântica tão grave (que consiste em não se distinguir dois vocábulos (mandato/mandado) que, conquanto parónimos, têm significados bem específicos, o que reclama contextos muito concretos para a utilização de cada um deles)? Mais: como conceber, que não devido à incúria instalada, que tal ocorra na própria manchete? E nem o argumento de se tratar de uma deplorável gralha pode ser invocado, porquanto o dislate é repetido no corpo da notícia inserta na página 16. Por muito que repugne admiti-lo, é inquestionável estar-se perante uma situação, como antes referimos, de irrefragável desconhecimento. Agravada pela repetição (facilmente evitável). Mas também de falta de profissionalismo porque, surgida a dúvida, era obrigação do jornalista ter consultado um dicionário que o esclarecesse, evitando assim expor-se ao ridículo (e ao opróbrio). É também, e ainda, a demonstração da inoperância (ou inexistência) de revisão.

2.2.

Ministra considera "escandaloso"

o número de professores sindicalizados

A ministra da Educação considera "escandaloso" haver 450 professores com funções sindicais a tempo inteiro, reiterando a intenção de reduzir esse número para 300.

Diário Económico, 22/6/2006 (últ. pág., SR c/ LUSA)

É ainda do âmbito da semântica o exemplo recolhido de outro periódico económico. O título, "bombástico" q.b., não carece, dada a assertividade e insólito da situação, de elementos passíveis de induzirem à leitura. Só que, uma vez iniciada esta, logo no primeiro parágrafo se detecta o equívoco: a causa da perplexidade da ministra não é, como o título erradamente assevera, o número de professores que decidiram exercer uma prerrogativa que lhes assiste, inscrevendo-se numa organização de classe destinada a defendê-los, mas sim o facto de serem tantos os docentes adstritos ao serviço exclusivo desses mesmos sindicatos, o que inviabiliza a prática, pelos mesmos, do múnus docente. Quiproquó facilmente evitável se o jornalista, desconhecendo o exacto significado do vocábulo 'sindicalizado', tivesse optado pela consulta de um dicionário.

Para quem propenda a ver nestes deslizes meras desatenções de uma imprensa peculiar, mais vocacionada para questões de índole económico-financeira, o argumento não colhe. Em nossa opinião, e dada a especificidade do seu público-alvo, maioritariamente pertencente a um estrato sócio-económico (e, presume-se, cultural) mais elevado, o rigor exigível deveria, por motivos óbvios, ser ainda maior.

Passemos então à imprensa generalista e, nesta, ao diário de maior tiragem.

2.3.

> Recorde-se que o heptacampeão do mundo, **no ano passado, conquistou** a única vitória da temporada, precisamente no circuito norte-americano, numa prova disputada **sobre** uma acesa polémica e onde participaram apenas seis carros, (…).
> *Jornal de Notícias* (2/7/2006, p. 56, DESPORTO, LF.

Também aqui, omnipresente, a construção deficiente e, na mesma notícia, dois erros de assinalável gravidade: a anfibologia decorrente da deficiente construção frásica aliada à péssima pontuação – o complemento circunstancial de tempo ('no ano passado') reporta-se ao momento em que

‘conquistou a única vitória’ ou ao facto de ter sido ‘heptacampeão do mundo’? – e a confusão entre duas preposições de aplicações dicotomicamente antitéticas: sob (debaixo de) e sobre (por cima de).

A fim de completar a informação do dia, lemos também, como é nossa prática habitual, um dos periódicos de referência, onde coligimos mais elementos susceptíveis de comprovarem a razão que nos assiste quando (justificadamente) nos insurgimos contra a inépcia campeante:

2.4.

> O guarda-redes português **não esteve bem apenas nas grandes penalidades**.
> Durante os 120 minutos nunca vacilou e até nos cruzamentos, onde às vezes **lhes** apontam algumas deficiências esteve impecável. […]
> No seu currículo, para mais, pode pôr que foi o primeiro guarda-redes a defender três pen**a**ltis num desempate **em toda a história dos Campeonatos do Mundo**.
> *Público*, 2/7/2006, p. 5, DESTAQUE, JMM.

Novamente aqui – numa rubrica designada DESTAQUE – há toda uma série de anomalias sobre as quais se justifica nos detenhamos. Antes de mais, a estocástica distribuição de constituintes frásicos de que resulta ficar o sentido da frase afectado, quando não adulterado. Lida a primeira frase, a informação recolhida é a de que apenas numa situação concreta (‘nas grandes penalidades’) o guarda-redes ‘não esteve bem’ – portanto, falhou – daí se inferindo que em tudo o resto a sua actuação foi satisfatória, cumpriu com o que lhe era exigível, em suma, ‘esteve bem’, inferência corroborada pelo resto do parágrafo. Ora, o que é do conhecimento geral – por haver sido amplamente divulgado através das transmissões televisivas – é ter sido justamente o contrário o que aconteceu, ou seja, que foi nas grandes penalidades que o jogador em causa brilhou ao impedir a transformação destas em golos que acarretariam um desaire para a equipa nacional. A completar

o despautério, um erro de concordância, pois sendo 'guarda-redes' o antecedente do complemento 'lhes', este teria de ser singular (lhe). No segundo parágrafo transcrito, nova deslocação de constituintes frásicos (e a sua inadequada colocação) vem adulterar o sentido pretendido: 'em toda a história dos campeonatos do Mundo' nada tem que ver com 'desempate' junto do qual foi colocado, mas sim com a circunstância de ter sido o primeiro (e único) a consumar a proeza. Pelo que, mesmo mantendo parte da estrutura (pouco ortodoxa, aliás, convém sublinhar) outras construções substituiriam, com inegável vantagem, o atopema grafado.

2.4.1.

> O ataque foi perpetrado por um kamikaze, que **fez despoletar** uma camioneta **carregada de explosivos no mercado popular** do bairro xiita da capital.
> *Público*, 2/7/2006, p. 32, MUNDO, PCR.

Situação idêntica é a materializada neste último exemplo transcrito do mesmo jornal. É, de novo, a deslocação dos constituintes frásicos a responsável pela enteléquia produzida: o 'mercado popular' (do bairro xiita da capital) é o local onde ocorreu a explosão e não, como é erroneamente afirmado, onde a camioneta foi 'carregada de explosivos'. Dislate que mais não faz do que completar o já consubstanciado por 'fez despoletar': a incorrecta utilização do segundo verbo é tão recorrente que até já um dicionário[75] se sentiu na obrigação de alertar para o erro: "Termo muitas vezes usado erradamente com o sentido, exactamente oposto, de desencadear, precipitar". Reparo aceite – e, como tal, reforçado para consumo interno – pelo próprio *Livro de Estilo* do Público (*ibid.*: 116):

> Despoletar – É um erro vulgarizado utilizar este termo para significar exactamente o contrário: despoleta-se/descavilha-se uma granada para que não expluda e despoletar

[75] Cf. *Dicionário da Língua Portuguesa*, 7ª ed., Porto Editora, p. 589.

uma discussão é amainar os ânimos – precisamente o inverso de "desencadear", "detonar", "activar", "rebentar".

Alerta que, contudo, não tem obstado a que o seu emprego prossiga.

E para demonstrar a transversalidade destas anomalias nada melhor que recorrer ao semanário com maior número de vendas, mas que nem por isso está imune a situações do cariz das atrás disquisicionadas. Referimo-nos, obviamente, ao Expresso, onde também encontramos as omnipresentes construções deficientes, ambíguas e anfibológicas.

2.5.

Para essa espécie no feminino, a SIC Mulher criou um programa que corresponde ao estereótipo **mais patetíssimo**.

Expresso, 1/4/2006, p. 16, ECONOMIA, PA.

2.5.1.

Mendes não tenciona ceder às resistências de Bruxelas e não vai deixar cair a proposta, preparando-se para a formalizar num projecto de lei (…). […]

E recorda que o objectivo das políticas traçadas por Bruxelas, nomeadamente para fazer face ao envelhecimento da população, é o de manter a vida activa e **não pagar para que se reformem**.

Expresso, 27/5/2006, p. 6, AS/DR.

No que às primeiras concerne, lugar de destaque, pela enormidade gramatical que tipifica, a adução, ao mesmo adjectivo, de dois graus de impossível conciliação: o superlativo relativo relativo de superioridade e o superlativo absoluto sintético ("o mais patetíssimo").

Outrossim deficientes, mas com outras cambiantes, são as construções assinaladas no último exemplo. Quanto à primeira, a situação está tão generalizada que quase passa imperceptível, pelo que não faltará quem repute de puro preciosismo o reparo ora feito: o que está em causa é a deslocação do advérbio de negação de junto do verbo onde devia de facto estar para (erradamente) o antepor ao auxiliar da conjugação perifrástica assim criada. Expliquemo-nos: 'não tencionar' é o mesmo que não ter intenção de fazer algo, o que não é o caso na situação em análise porque, de facto, a pessoa em questão tem uma intenção concreta – a de **não ceder**; portanto, o que se pretende negar, explicitando-a, é a intenção antes expressa e isto só poderia ser clarificado grafando "Mendes **tenciona não ceder** às resistências (…)". Quanto ao segundo parágrafo do mesmo excerto, é por demais óbvia a falta do pronome pessoal masculino singular 'o' (substituindo o nome 'objectivo') e da preposição simples 'de': "(…) é o de manter a vida activa e não **o de** pagar para que se reformem."

Ilação imediata e irrefutável a tirar do conjunto atrás reproduzido, é (apesar do carácter (só aparentemente) inócuo dos deslizes cometidos) não ter o leitor apressado dos tempos coevos inteligido nenhuma das pseudonotícias transcritas e, *ipso facto*, não ter ficado minimamente informado – o que consubstancia, antes de mais, grave violação de um seu inalienável direito pois que, impõe-se não o elidir, é o direito do público à informação que legitima a actividade do jornalista, ou seja, se o jornalista recolhe, trata, e publica informação é para a comunicar a um público, principal titular desse direito –, pretensão legítima inviabilizada por factores que lhe são exógenos. Culpa de quem, então? Só imputável ao jornalista que não procedeu à rigorosa triagem quer do vocabulário quer das construções a usar, daí resultando, mais do que meros quiproquós, o despautério materializado na citada série de adulterações que nada têm de anódino. Antes de mais, por redundarem em prejuízo do leitor que, destarte, se vê no imperativo de ter de efectuar vários

exercícios de descodificação susceptíveis de lhe permitirem chegar ao que devia ser de intelecção imediata.

Conquanto escassos, mas porque assazmente impactantes, mormente para os leitores que se ficam pela leitura em diagonal (e tantos são), não raro *à vol d'oiseau*, os exemplos atrás coligidos são, *per si*, elucidativos do laxismo que nos tempos coevos campeia na imprensa (inclusive na de referência) pelo que legitimam não só as nossas observações iniciais como também as acusações que dos mais diversos quadrantes lhe são imputadas. É irrefragável, e eles são disso apodixe, o abaixamento do nível de exigência – materializado, desde logo, na falta de rigor das primeiras páginas (através de construções anómalas), o que os próprios jornais deveriam considerar particularmente grave – consequência imediata, para além da falta de domínio das estruturas da língua, da ausência de revisão (ou da sua deficiente execução) e, em casos pontuais, de indiscutível falta de profissionalismo (ou de brio profissional). Não surpreende, por isso, que amiúde sejam vozes abalizadas, vindas do seio da classe, a insurgir-se contra a inépcia (e jactância) dos mais novos, como recentemente Edite Soeiro[76], decana dos jornalistas portugueses, acerca dos conhecimentos destes quando chegam às redacções: "Acho que chegam cá com muita semiótica e pouca aprendizagem." Com efeito, é tal o ímpeto com que determinados 'escreventes' (termo que, por respeito para com os exímios jornalistas, preferimos para designar os outros) se comprazem em agredir dicionários e gramáticas que somos levados a crer estarem hoje as palavras, tão estocástica é a sua utilização, atingidas de anemia semântica e, dada a debilidade a que chegaram, terem-se visto privadas do seu sistema imunitário tornando-se, *ipso facto*, presa fácil de outras enfermidades em que pontificam, quando aquelas se encontram combinadas (em frases), a arteriosclerose sintáctica e a tetraplagia estilística.

E se nem sempre estas anomalias afectam a cabal intelecção da mensagem, a verdade, contudo, é que em número não negligenciável de casos a inviabilizam liminarmente ou, pior, a subvertem. O que, consabida a responsabilidade da imprensa na formação / formatação da opinião, assume

[76] Em entrevista ao *Público*, 16/7/2006, MEDIA, pp. 54-55, AM.

extrema gravidade. E, no essencial, por haverem sido elididos princípios básicos cruciais – mormente o preconizado por Richaudeau (1984: 7) quando assinala: "Poco importa cuanto podamos pensar o cuanto deseemos transmitir al 'otro' si el mensaje no 'pasa', si no es percibido por ese 'otro', o si le llega deformado, desnaturalizado. ¡Y con cuanta frecuencia suele ocurrir tal cosa...!" – condição *sine qua non* para a total compreensão dos conteúdos veiculados. O que torna imperativo, como Luka Brajnovic (*ibid*.: 36-37) preconiza, que a informação seja veiculada "(…) mediante un lenguaje adecuado y comunicable, utilizando palabras o signos, señales y símbolos, expresados directamente o a través de los conductos y sistemas aptos para este fin, como son los medios de comunicación social (…)".

Claro que o ideal seria que a este requisito se juntasse o postulado por Dovifat (1959: 117): "Aquel que se disponga a escribir en un periódico tiene, ante todo, que cuidar de hacer la lectura interesante y atractiva.", o que, amiúde não é tido em consideração. Inobservância de que resulta a pletora de textos herméticos, confusos, com que diariamente somos confrontados, ao arrepio das características do estilo informativo que, ainda segundo o autor (*ibid*.: 129), requer "concisión, claridad y una construcción que capte la atención".

Para obviar a situações tão constrangedoras, urge e impõe-se apostar na formação humanística, e o que é notório é ser esta escassa, deficiente ou inexistente em quantidade não despicienda de jornalistas cuja falta de rigor expositivo transforma os seus relatos (ainda que sobre temas importantes) numa algaraviada o que, condimentado com uma óbvia falta de domínio das técnicas informativas (nem há destreza locutiva nem habilidade expressiva) acaba por se traduzir em autênticos galimatias.

E conquanto compreendamos a preocupação de Martínez Albertos (193: 192-193) quando assinala que os "objetivos de eficacia y de economía expresiva", peculiares da linguagem periodística, excluem que ela seja "concebible en términos de verdadera creación artística" – e o facto de haver textos em que esta é evidente mais não faz do que realçar a diferença entre o jornalista profissional, cuja esfera de acção é o estilo informativo, e escritores de jornais, cujos cultores se movem no

âmbito do estilo ameno ou folhetinista e "hacen literatura para periódicos", usando portanto "una lengua literaria, no una lengua periodística"[77] – algo de que é impensável prescindir é do 'estilo claro' preconizado por Núñez Ladevéze (1979: 194) que, além de condição imprescindível da redacção tende ainda a "(...) responder a las funciones periodísticas de la comunicación: rapidez de lectura, mínimo esfuerzo posible de interpretación, máxima concentración informativa.".

Há, no entanto, quem defenda que as causas do actual *status* são mais profundas e radicam num deficiente ensino/aprendizagem da língua (cujo estudo não é contemplado com a carga horária que seria aconselhável/desejável) desde os primeiros passos na instrução primária, o que constitui um problema real do qual não se podem culpar os *media*.

Reconhecida (é, aliás, por demais óbvia) a falta de domínio da língua, é neste vector que se impõe insistir. Até por ser mais ou menos consensual (e não falta quem o afirme) residirem aqui as causas do *statu quo*.

Diagnosticada a patologia e identificado o seu foco irradiador, impõe-se proceder à aplicação da adequada profilaxia, isto é, confirmada a inoperância (falência e demissão) de outros graus de ensino a montante, compete à Universidade colmatar essas lacunas, mormente em cursos como os de jornalismo, cuja principal ferramenta é a palavra. E, independentemente da pertinência de outras disciplinas na formação (geral e/ou específica) do aluno, todas outrossim determinantes para o dotar dos artefactos imprescindíveis ao cabal desempenho da sua função, o papel fulcral – e lugar de charneira – deve caber às relacionadas com a aquisição de competências conducentes ao domínio e adestramento da prática da língua da qual tudo o resto depende (e à qual está subordinado), e cujo escrupuloso cumprimento a todos envolve. Nenhum docente, de qualquer

[77] O artigo de Roland Barthes "Escritores e Escreventes" (1977, p. 207), onde o autor distingue uns dos outros assinalando que, em relação à sociedade, os primeiros, ao escrever, cumprem uma função, enquanto os segundos desenvolvem apenas uma actividade, tem aqui um curioso paralelo, só que, nesta situação específica, Martinez Albertos inverte os dados da equação, isto é, atribui aos jornalistas profissionais os encómios que Barthes reserva para os escritores, e considera escreventes os escritores de jornais, ou seja, aqueles colaboradores mais ou menos episódicos cuja esfera de acção – o estilo ameno ou folhetinista – está fora do estilo nobre, o informativo. Objecções de monta impedem-nos de perfilhar este ponto de vista. Quanto a nós, e atinente à carga depreciativa que imbui o vocábulo escrevente – 'copista; empregado inferior de um escritório." – a questão deverá ser equacionada de um outro prisma. Independentemente do estilo utilizado, reservaríamos a designação escritor, conferindo-lhe um carácter mais abrangente, a todos aqueles – jornalistas ou colaboradores – que, autores de textos que nos reconciliam com o jornal, que tornam a sua leitura numa oração de sapiência, "hacen literatura para periódicos". Escreventes, com toda a carga depreciativa inerente ao vocábulo, seriam então os autores de pérolas como as que atrás transcrevemos.

outra disciplina, se poderá demitir da sua função de implacável vigilante da propriedade da expressão (da adequada selecção vocabular ao rigor da construção frásica) nem ser complacente com crimes de lesa-idioma, por considerar não ser essa matéria do seu foro.
Impensável é permitir a persistência de manifestações flagrantes de pouco apreço pela língua (apanágio de alguns dos seus depredadores), pactuar com o acentuado depauperamento do acervo linguístico autóctone, em suma, ser conivente com o idiomicídio em curso. Porque é nossa convicção que enquanto esta preocupação de rigor não for o arquétipo norteador e, pelo contrário, persistir a actual anarquia expressiva, a regra continuará então a ser o subproduto: os textos intragáveis, herméticos, autênticas enteléquias ou, mais do que isso, puros atopemas. Com as nefastas repercussões daí advenientes, como sublinha Pilar Diezhandino (*ibid*.: 165): "Parece claro que hay una gran diferencia entre características del lenguaje periodístico y errores del lenguaje periodístico, por más que los errores, por abundantes, terminen convirtiéndose en norma.". Verdades (procelosas) que custa a determinados pseudojornalistas aceitar (daí a suspicácia com que as encaram e a forma como reagem quando as ouvem: *veritas odium parit*). Compreende-se, por isso, o repto veladamente acrimonioso lançado por Bernardino Hernando (*ibid*.: 82) quando preconiza que:

> El empeño enfervorizado con el que tantos expertos luchan contra las 'incorrecciones' debería ser empleado, sobre todo y además (no 'en lugar de...', por supuesto) en descubrir las riquezas idiomáticas del LP, su viveza permanente y, por ello, su permanente contribución al enriquecimiento verbal.

Reparo que, em nossa opinião, não carece de justeza: que linguistas e académicos pudessem ter um papel mais interventor é outra questão, que não retira pertinência à crítica. Acontece, contudo, que quando mesmo simples comentários, feitos de forma pedagógica, são liminarmente repudiados não se descortina motivo para reincidir na ajuda. Aliás, a percepção que a experiência nos fornece é

que conseguir erradicar semelhantes comportamentos se revela tarefa não menos que ciclópica. Razão pela qual concluímos a presente reflexão com duas questões:

> • Quando criticam os académicos, por estes preferirem a denúncia ao apoio, estarão os jornalistas verdadeiramente predispostos a aceitar a colaboração que reclamam?
> • O diagnóstico feito nos fóruns amiúde realizados e as respectivas conclusões, bem como as abundantes publicações alusivas, terão tido eco nas redacções, editorias e direcções, isto é, terão sido postas em prática medidas tendentes a colmatar as lacunas aí expostas?

A resposta a ambas as questões é, em nossa opinião, lamentavelmente, negativa. O que legitima o conselho do mesmo Bernardino Hernando (*ibid*.: 43) que, reconhecendo a existência desses maus profissionais, admite – cremos que, subtilmente preconiza mesmo – a sua execração quando propõe: "Pueden y deben seguir los varapalos contra el mal LP."
Deplorável *statu quo* a que só se conseguirá obstar, e fazer reverter, se e quando forem ouvidas palavras tão sábias quanto estas de Baptista-Bastos, e que apenas alguém investido da sua autoridade de profissional probo e exímio poderá proferir (não sem antes salvaguardar a razão por que o faz: "Amo demais o jornalismo para me escusar de escrever palavras duras sobre o que por aí se edita."):

> O jornalismo é um acto de convicção. Um serviço público, a exigir dos seus profissionais elevadas doses de rectidão, de carácter, de criatividade e de gramática. A objectividade é uma procura quase inacessível. A imparcialidade, impossível de atingir. […] Creio que a formação cultural auxilia o jornalista a atribuir ao texto uma ampla margem dedutiva, a fim de o leitor se tornar, ele sobretudo, no juiz do que lê.

Ora, é a inobservância do por ele postulado a razão pela qual, não temos a mais elementar dúvida de que se ao leitor – aquele que faz da Imprensa (diária e hebdomadária) uma leitura tão atenta (e crítica) quanto a que nós fazemos (e tantos são, como, para opróbrio de certos escreventes, a secção "cartas/correio" torna inequívoco) – fosse propiciado o ensejo de lavrar o veredicto, na esmagadora maioria dos casos este seria CULPADOS[78].

BIBLIOGRAFIA

BRAJNOVIC, L. (1991). *El Ambito Científico de la Información*. Pamplona, EUNSA, 2ª ed.

DIEZHANDINO, María Pilar. (1994). *El Quehacer Informativo*. *El 'arte de escribir' un texto periodístico*. Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

HERNANDO, Bernardino M. (1990). *Lenguaje de la Prensa*. Madrid, EUDEMA (Ediciones de la Universidad Complutense, S. A.).

IGLESIAS, Francisco. (1984): *Ciencias de la Información*. Pamplona, EUNSA, Ed. Univ. de Navarra, S. A.

MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1983). *Curso General de Redacción Periodística*. Barcelona, Editorial Mitre.

NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis. (1979). *El lenguaje de los "media" Introducción a una teoría de la actividad periodística.* Madrid, Ediciones Pirámide.

NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis. (1979b). *Lenguaje y comunicación*. Madrid, Ediciones Pirámide.

NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis. (1993). *Teoría y Práctica de la Construcción del Texto*. Barcelona, Editorial Ariel, S. A.

PINTO, Mário. (2005). *Ainda bem que Mo Sugeriu: 'Jornalês', que Diabo de Linguagem É Essa?*. Porto, Edições UFP.

[78] Homenagem a Rita Pimenta, *copy-desk* do Público.

PINTO, Mário. (2006). *Como Evitar o Atamancado do 'Jornalês' – Contributos para Uma Boa Prática da Escrita Jornalística*. Porto, Papiro Editora.

RICARDO, Daniel. (2003). *Ainda bem que Me Pergunta Manual de Escrita Jornalística*. Lisboa, Editorial Notícias.

RICHAUDEAU, François. (1984). *Los Secretos de la Comunicación Eficaz*. Bilbao, Ediciones Mensajero.

VAN DIJK, Teun A. (1990). *La noticia como discurso*. *Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona, Ediciones Paidós.

As rádios locais em Portugal – da proximidade à diminuição da oferta informativa local

Luis Bonixe (Escola Superior de Educação de Portalegre)

luisbonixe@esep.pt

Sumário

O artigo traça uma perspectiva histórica das rádios locais em Portugal no sentido de ajudar a perceber o contexto actualmente vivido e que se caracteriza pela diminuição de oferta de informação local, considerando o caso da Área Metropolitana de Lisboa. O autor conclui que as rádios locais portuguesas estão a modificar a sua programação para formatos musicais e reduzindo os espaços informativos em geral e a informação local, em particular.

Abstract:

The article analyses the history of the portuguese local radios in order to understand the present scenery that we characterize as the lack of local news, specially in Lisbon's local radios. The author argued that certain developments in the portuguese local radios, such as the changings to musical formats, contributs to reduce the broadcast of local news.

Introdução

Historicamente, a ideia de rádio local remete-nos para a criação de um modelo alternativo de comunicação no sentido em que pretende romper com os sistemas monopolizados e centralizados na figura do Estado.

Foi este conceito que marcou o movimento que floresceu por toda a Europa a partir do final dos anos 60 e que atingiu o apogeu na década seguinte. Os impulsionadores das emissoras locais (ou livres, designação inicialmente adoptada em países como Itália ou Fança) pretendiam, acima de tudo, participar activamente no discurso mediático, fazendo representar no espaço mediático

determinadas correntes de pensamento político, cultural ou social, na maior parte dos casos, excluídas dos meios de comunicação social em geral e da rádio estatizada, em particular.

O quadro teórico formulado a partir dos anos 70 enfatiza a questão da representatividade social das populações no espaço mediático.

Para Umberto Eco (1981), o movimento das rádios livres inscreve-se numa nova era da liberdade de expressão baseada na palavra directa e de livre acesso.

Patrice Flichy (1981) enaltece as potencialidades de interpretação alternativa do real das rádios locais. Ou seja, como as rádios de cobertura nacional não dão a mesma atenção noticiosa a temas de uma certa especificidade local, cabe às emissoras de menor dimensão fazê-lo. As rádios locais aparecem, assim, como uma necessidade das populações (Flichy,1981).

Tratar-se-á, segundo o autor, do renascimento de uma identidade regional que está na génese do movimento das rádios livres. A necessidade de uma expressão regional ou local contribuiu fortemente para a implementação destas emissoras um pouco por toda a Europa.

Manuel Chaparro Escudero (1998:34) refere o carácter voluntário do fenómeno das rádios locais, sublinhando o facto destas pequenas emissoras terem sido criadas, neste caso em Espanha, por grupos de cidadãos empenhados em incorporar-se de maneira activa na construção democrática.

Felix Guattari (1981) constata que as rádios locais criaram um novo espaço de liberdade, por oposição à opressão dos sistemas hiperconcentrados. O autor fala na emergência de um novo tipo de democracia directa. (Guattari,1981: 234).

Os objectivos a que as rádios locais inicialmente se propuseram ganharam expressão prática, em boa parte devido à informação local, que se assumiu como um importante patamar da função social das emissoras locais.

O objectivo do artigo que aqui apresentamos é analisar o percurso histórico das rádios locais em Portugal que contribui, no nosso entender, para compreender a realidade que encontramos actualmente e que se caracteriza pela diminuição da oferta informativa local, considerando a Área

Metropolitana de Lisboa[79], com rádios que deslocaram as suas emissões para fora do concelho da frequência, outras que optaram pela classificação de temáticas musicais e por fim pela diminuição do peso da notícias locais nos noticiários emitidos.

1 – Para uma tipologia das rádios piratas

Como disse François Cazenave (1980:82) "L'occasion fait le larron ou plutôt la radio. Bricoleurs électroniciens ou théoriciens de la comunication se retrouvent autour d'un outil qui permet à un individu ou à plusieurs d'émettre en direction d'autres individus".

O cenário anárquico no qual as rádios livres nasceram caracterizou-se por um conjunto de iniciativas individuais, muitas delas sem um objectivo previamente definido.

Esta situação conduziu, inevitavelmente, a uma dificuldade em caracterizar o sem-número de rádios livres que surgiram nos anos 70 e 80 na Europa, dada a diversidade das temáticas abordadas, que vão desde a instrumentalização política até à luta por causas sociais.

François Cazenave (1980:82) sugeriu uma tipologia das rádios livres francesas baseada nos conteúdos divulgados.

O autor chamou de "Rádios passa-palavra de lutas sociais" às emissoras que estavam ligadas a grupos de indivíduos com determinados interesses, desde a luta pela afirmação social dos homossexuais, dos emigrantes ou dos ecologistas. Tratam-se de emissoras que nasceram por ocasião de uma luta social e que normalmente estão agregadas a grupos sociais organizados.

Cazenave identificou ainda as "Rádios passa-palavra de lutas políticas" que apareceram em determinados momentos com o objectivo de divulgar ideais ou promover acções de contestação. É o caso da Rádio Sorbonne, que foi criada por estudantes universitários em Maio de 1968 e que servia para difundir a voz contestatária dos alunos. Nesta classificação, Cazenave inclui as estações ligadas a movimentos feministas e homossexuais. Em França, surgiram ainda rádios eleitorais, que

[79] - A Área Metropolitana de Lisboa é constituída pelos seguintes concelhos: Alcochete, Almada, Amadora, Barreiro, Cascais, Lisboa, Loures, Mafra, Moita, Montijo, Odivelas, Oeiras, Palmela, Sesimbra, Setúbal, Seixal, Sintra e Vila Franca de Xira.

apareceram em 1979 aquando das eleições para o Parlamento Europeu. Algumas destas emissoras serviam para que os pequenos partidos se pudessem expressar.

Por fim, o autor identificou ainda as "Rádios pela rádio. E por prazer" que eram as emissoras que se dedicavam, quase em exclusivo, a passar música. Segundo Cazenave nada movia os criadores destas rádios a não ser o prazer de fazer mais uma rádio.

2 - O caso português

A Rádio Juventude, surgida em 1977, é apontada como sendo a primeira estação pirata a aparecer no nosso país (Maia, 1995). Embora não tenhamos estado perante um cenário semelhante à cacofonia italiana, designação atribuída ao facto de terem surgido cerca de duas mil rádios livres em Itália, a verdade é que um pouco por todo o país apareceram estações locais que emitiam algumas horas por dia ou apenas ao fim-de-semana.

O então secretário-Estado das Comunicações, Raúl Junqueiro, admitiu pela primeira vez em 1984 haver a funcionar em Portugal "com mais ou menos regularidade 19 estações de rádio das quais 14 foram observadas pela primeira vez em 1984".[80]

Mas o grande *boom* das rádios locais em Portugal surgiu em 1986, ano em que, segundo a imprensa da altura, apareceram 71 novas emissoras em todo o país. Em 1987 – um ano antes da legalização – emitiam em Portugal, com maior ou menor regularidade, 419 rádios piratas.[81]

A rapidez com que no terreno se multiplicava o número de novas rádios piratas, a criação de um conjunto de acordos internacionais que transformaram o cenário da radiodifusão europeia e por fim a alteração da conjuntura nacional no que respeita à liberdade de expressão, conduziram à necessidade, cada vez mais evidente, de actualizar o quadro legal para a actividade da radiodifusão em Portugal.

Depois da Revolução de 25 de Abril de 1974, o programa do Movimento das Forças Armadas incluiu a necessidade de uma nova lei para a Rádio. Contudo, tal só viria a acontecer em 1988,

[80] - Diário de Lisboa, 25 de Outubro de 1984.
[81] - Expresso, 9 Maio de 1987.

depois de um longo processo de debate político-partidário. A primeira iniciativa legislativa no sentido do licenciamento das rádios locais em Portugal foi levada a cabo em 1983 pelos deputados Dinis Alves (PS) e Jaime Ramos (PSD).

No preâmbulo do Projecto de Lei nº 252/III de 26 de Novembro de 1983 pode ler-se que, com as rádios locais, os ouvintes passariam a dispor de "um poder mais alargado de escolha de programas mais variados e mais ajustados à especificidade das diversas regiões do país".

Outro aspecto, referido no mesmo preâmbulo da proposta de lei, sublinha o contributo que as rádios locais poderiam dar para delinear o caminho da regionalização, dando às populações a possibilidade de ver retratada mediaticamente as suas especificidades locais. A iniciativa de Dinis Alves e Jaime Ramos não passaria, contudo, de um projecto de Lei.

Só cinco anos mais tarde entraria em vigor a lei que regularia o exercício da actividade de radiodifusão. Trata-se da lei 87/88 de 30 Julho.

Com esta lei, o exercício de radiodifusão é atribuído a empresas públicas, privadas ou a cooperativas, estabelecendo, para estas duas últimas, um conjunto de objectivos nomeadamente para aquelas cuja emissão fosse de cobertura local ou regional.

De acordo com o artigo sexto da lei 87/88 de 30 de Julho, os fins da actividade privada e cooperativa seriam, entre outros, os de alargar a programação radiofónica a interesses, problemas e modos de expressão de índole regional e local, preservar os valores das respectivas culturas, difundir informações de interesse para a área geográfica de cobertura e incentivar as relações de solidariedade entre as populações locais.

Fica claro com esta lei, que a actividade de radiodifusão depende obrigatoriamente de licenciamento a definir pelo decreto-lei 338/88 de 28 de Setembro de 1988.

Aprovada a lei, o concurso público para a atribuição das frequências foi finalmente lançado em Janeiro de 1989.

Foram postas a concurso 402 frequências, um número muito inferior ao que se estimava ser a quantidade de emissoras piratas a emitir em todo o país. A imprensa da altura falava em cerca de 600 rádios.

Mas as frequências disponíveis revelaram ainda uma outra realidade no país: a acentuada assimetria entre o litoral e o interior. No litoral houve poucas frequências para muitos candidatos. No interior verificou-se o oposto. O resultado final foi que em alguns distritos do interior do país muitas frequências ficaram por atribuir. Os primeiros alvarás acabariam por ser concedidos no dia 6 de Março de 1989 a seis rádios em Lisboa e cinco no Porto.

3 - Da euforia à realidade

Ultrapassado o período de euforia que varreu o país de norte a sul, e que conduziu à desejada legalização das emissoras piratas, teve início um processo complicado de gestão desses projectos. Os primeiros cinco anos, (nalguns casos nem foi preciso esperar tanto tempo) puseram a nu as debilidades financeiras e estruturais da maior parte das estações locais de rádio.

Muitas continuaram a emitir com um ou dois profissionais, um gira-discos e pouco mais, tal como faziam na clandestinidade. Na verdade, era o necessário para colocar no "ar" uma programação, mas as exigências de um cenário de liberalização onde imperam as regras de mercado tornou evidentes a insuficiência de muitos projectos.

Mário Mesquita sintetiza assim o período imediato à legalização das rádios piratas.

"De 1990 a 1993 são numerosas as alterações deste sector. Estações que fecham, que se associam a outras, que são vendidas, que alteram radicalmente o seu projecto inicial, enfim, a rádio local está longe de encontrar o seu ponto de estabilidade". (Mesquita, 1994:400)

É neste contexto que identificamos três situações distintas entre 1989 e 1994.

A primeira, em que as rádios locais, apesar de terem obtido licença para emitir, não o faziam por falta de recursos. Uma situação que se verificou particularmente no interior do país.

O segundo cenário caracterizou-se pela venda de espaços horários, ou mesmo da totalidade da sua programação, a igrejas que em poucos anos conseguiram deter um número significativo de emissoras de norte a sul de Portugal.

Por fim, assistiu-se a um processo de colonização do sector com a constituição de cadeias de rádios, nas quais as emissoras com maiores recursos, numa tentativa de cobrir todo o território, firmaram protocolos com rádios locais para a retransmissão da sua programação. Esta estratégia revelou-se também benéfica para as emissoras locais com menores recursos, pois parte da sua grelha de programação passou a estar preenchida, algo que de outra forma não aconteceria por falta de meios. Por outro lado, a generalização de cadeias de emissão descaracterizou as rádios locais, uma vez que muitas delas deixaram de ter programação própria transformando-se numa espécie de centros retransmissores.

Algumas rádios locais passaram a emitir a programação de outras estações que nada tinham a ver com a realidade onde estavam inseridas. O cenário então criado foi de descaracterização das rádios locais originando as designadas "rádios-fantasma" ou seja, possuíam efectivamente um emissor, mas não tinham programação nem informação próprias. (Marinho, 2000:99)

De facto, os primeiros quatro anos após a legalização das rádios piratas, até 1993, revelou um cenário de colonização das rádios locais com menos recursos por outras de maior envergadura. Matos Maia (1995) faz referência, no seu livro "Telefonia" a um inquérito realizado a uma centena de operadores de radiodifusão. De acordo com esse estudo, "55 por cento das estações locais emitem em simultâneo com outros operadores". (Maia, 1995: 229).

As emissoras com mais recursos aproveitaram um vazio legal nesta matéria que viria a ser colmatado em 1992 com a publicação do decreto de lei 30/92 de 5 de Março que permite, praticamente sem restrições, a constituição de cadeias radiofónicas.

O cenário posterior é de tal forma favorável às estações emissoras com maiores recursos que, por exemplo a Rádio Capital, uma estação local que começou a emitir para Lisboa a partir de uma

frequência atribuída ao concelho de Almada, retransmitia a sua programação em onze rádios de norte a sul de Portugal conseguindo assim que a sua emissão fosse ouvida em todo o país.

O panorama da radiodifusão local em Portugal ficou dividido entre as emissoras locais de Lisboa e Porto que controlavam grande parte das pequenas rádios de província e, por outro lado, os pequenos operadores que lutavam por se manter fiéis aos princípios inspiradores do movimento.

Em 1997, as alterações produzidas à lei 87/88 de 30 Julho pela lei 2/97 de 18 de Janeiro e depois com a aprovação da lei 4/2001 de 23 de Fevereiro puseram alguma ordem no sector.

Assim, o diploma de 2001 obriga a que as rádios locais emitam um mínimo de oito horas entre as 7 e as 24 horas, estabelecendo que cada emissora indique, durante o período de programação própria, a denominação da rádio bem como a sua localização.

No plano da informação, este diploma prevê que as rádios locais ou regionais generalistas difundam, por dia, pelo menos três blocos noticiosos de âmbito local entre as 7 e as 24 horas.

Quanto à constituição de cadeias de rádios, o artigo 30 da lei 4/2001 estipula que só podem emitir em cadeia as rádios que obedeçam a um mesmo modelo específico, num máximo de quatro emissoras, desde que a distância entre elas não seja inferior a 100 quilómetros.

4 – O campo do jornalismo

A intenção de aproximar a rádio aos problemas locais foi uma preocupação da maior parte das emissoras locais que surgiram no período anterior ao licenciamento.

Os números resultantes de um inquérito feito pelo jornal Expresso[82] em 1987 revelam que das 126 estações locais inquiridas, apenas nove não transmitiam informação de âmbito local. É comum encontrar registos que indicam como a informação local constituiu uma prioridade no início do fenómeno das rádios locais em Portugal, apesar da falta de meios com que a maior parte das emissoras se debatiam.

[82] - Expresso, 9 de Maio de 1987.

Em 1987, das 126 rádios locais referenciadas no estudo do jornal Expresso, vinte não possuíam redacção, 59 possuíam, mas não existiam jornalistas profissionais e só 47 redacções de emissoras locais eram coordenadas por jornalistas.

Também por causa da escassez de meios, poucas rádios recorriam a algo mais que ao *press-release* das câmaras municipais ou das empresas da região. As fontes de informação mais comuns eram, por isso, as institucionais especialmente aquelas que provinham das forças políticas locais que viram nestas pequenas emissoras uma forma eficaz de fazer passar a sua mensagem, uma vez que isso seria pouco provável em meios de comunicação de maior amplitude.

A actualidade da informação também não constituía uma prioridade, já que muitas informações chegavam às redacções via correio.

O recurso a correspondentes locais ou a colaboradores ocasionais foram outras fontes de informação frequentes na maior parte das emissoras locais no período que antecede a sua legalização.

Aproveitando o facto de muitas rádios locais pertencerem ou terem apoios de jornais regionais ou locais, o recurso a estes como fonte de informação era também muito comum.

A informação das rádios locais no período anterior ao licenciamento, resumia-se a notícias das câmaras municipais que tiveram sempre um papel muito activo junto das emissoras. Há também casos de rádios que emitiam frequentemente entrevistas e reportagens sobre temas locais.

Um dos sectores da informação que mais sobressaiu com o aparecimento das rádios-piratas foi o desporto local. Conscientes de que era uma área onde dificilmente as emissoras nacionais entrariam, foi notório o investimento dos responsáveis pelas emissoras locais neste sector.

Os relatos de futebol tornaram-se, assim, célebres e preencheram claramente uma lacuna sentida pelos ouvintes que passaram a acompanhar, em directo, os jogos de futebol do clube da terra.

Uma das particularidades do fenómeno das rádios locais em Portugal reside no facto destas emissoras terem dado a muitos jovens a possibilidade de fazerem rádio. Esta circunstância verificou-se com particular incidência nas regiões do interior do país, onde dificilmente os seus

residentes, afastados das oportunidades centralizadas em Lisboa, teriam hipótese de entrar num estúdio de rádio.

Para muitos, as emissoras locais representaram uma escola prática de jornalismo e contribuíram para a descentralização das possibilidades de emprego na área da comunicação social.

Um grande número de radialistas que apareceram na fase de lançamento das rádios piratas eram sobretudo jovens. A média de idades dos "trabalhadores" das rádios piratas no final da década de 80 era de 17 anos, e poucos ultrapassavam os 20 anos de idade.[83]

O jornal Expresso noticiava em 1987 que as idades daqueles que estiveram na origem de muitas rádios piratas se situavam entre os nove e os 86 anos. Os que faziam programas tinham entre 21 e 65 anos.

Para fazer face às dificuldades sentidas depois da legalização, algumas rádios tentaram contornar a carência de meios humanos e de reportagem encontrando sinergias de forma a rentabilizar os projectos em termos informativos. É disso exemplo a Cadeia de Informação Regional criada em 1997 e que agregava oito rádios dos distritos de Bragança e Vila Real. Em 1999, as rádios Clube de Sintra e de Cascais seguiram o exemplo.[84] Pretendiam estas emissoras criar uma cadeia metropolitana de Rádios em Lisboa, segundo a qual, duas vezes por dia, uma das duas rádios emitia um noticiário alargado em co-produção pelas duas estações. Desta forma, chegariam a um auditório mais vasto e as receitas da publicidade que ia para o ar, antes e depois do noticiário, revertiam a favor de ambas as rádios.

De forma esporádica, algumas rádios locais do baixo Alentejo (Rádio Sines, Miróbriga, de Santiago do Cacém, são alguns exemplos) colaboraram entre si permitindo uma maior cobertura noticiosa dos eventos que ali ocorrem.

Esta forma de agir traduziu-se em claros benefícios, especialmente para as emissoras com menos recursos no plano informativo, mas são poucas as rádios locais que adoptaram este procedimento.

[83] - Expresso, 9 de Maio de 1987.
[84] - Público, 18 Dezembro 1999.

5 – Jornalismo e rádios locais

O quadro teórico produzido sobre o jornalismo das rádios locais caracteriza-se pelo registo da observação do real baseada nas especificidades locais (Chantler e Harris1997, Domínguez, 1997, Herrero, 2001, Moreno, 2002, Nosty, 1997). Isto significa que a informação local se caracteriza por uma linha editorial que dá prioridade aos assuntos que têm directamente a ver com a comunidade a que se dirige.

Elsa Moreno define assim os objectivos da informação local:

> La programación informativa local puede definirse como el conjunto o la parte de la continuidad informativa de una emisora que relata al oyente la realidad del entorno más próximo: la información de actualidad general, la información servicio y la actualidad deportiva de la localidad y la region. Se incluyen aqui las emisoras locales, comarcales, regionales y autonómicas de programación generalista (Moreno, 2002:330).

A informação local contribui para o reforço da consciência local das comunidades e favorece a participação activa dos cidadãos, concedendo-lhes elementos sobre a sua realidade em matérias como a gestão autárquica, desportiva, social, política ou cultural.

Nesta perspectiva, a informação local constitui-se como um importante alicerce para a cidadania, como refere Elsa Moreno. "La programación regional y local debe establecer una fuerte identidad local que mantenga viva a una emisora convirtiéndola en una buena ciudadana" (Keith *in* Moreno, 2002:330).

Por outro lado, Bernardo Díaz Nosty (1997) sublinha o papel de especialização geográfica dos media regionais e locais, na medida em que actuam sobre uma realidade que possui características próprias.

“En lo local es muy difícil crear escenarios que difieran de nuestra realidad, por lo tanto, en esos planos formativos tan necesarios para los medios locales, no conviene desprenderse en exceso de la realidad del entorno y atender al derecho de la información de los ciudadanos”.(Nosty, 1997:168).

O autor salienta que os meios locais devem procurar adequar-se à região de cobertura. “(...) tienem que ajustarse en su ambiente a su entorno, y si salen de su entorno no sólo no están cumpliendo sus objetivos sino que están cavando la fosa de su autodestrucción”. (Nosty, 1997:164)

Na mesma linha de pensamento, Chantler e Harris (1997) lembram o papel da informação local num quadro de competitividade. “In na increasingly competitive marketplace, news is one of the few things which makes a local station sound distinctive and «close to you»”. (Chantler e Harris, 1997:5).

A informação local é, por isso, sinónimo de distinção no universo dos meios de comunicação social ao mesmo tempo que contribui para uma visão alternativa da realidade, como constata Joan Manuel Domínguez (1997)

“La importancia del mundo local ya no puede ir disociada de las políticas generales a nivel español o universal. Es decir, lo local y lo global deben dar paso a un nuevo concepto: una forma nueva de entender el mundo comunicativo desde el mundo municipal”. (Domínguez, 1997:221)

Elsa Moreno (2002), que realizou um estudo no qual analisa a programação local de várias rádios locais de Espanha, considera o seguinte:

> La programación informativa regional y local se basa en el relato diario de la información de actualidad general, la información servicio y la actualidad deportiva de la comunidad más próxima a la que se dirige la emisora, es decir, su zona de cobertura, y se completa con la información de actualidad más relevante del ámbito nacional e internacional. (Moreno, 2002:345).

Conclui a autora que "la radio regional y local de veinticuatro horas de producción propria (...) concede una importancia notable al desarrollo del contenido informativo del entorno más próximo en su programación" (Moreno, 2002:337)

No caso português, no estudo que levámos a cabo (Bonixe, 2003) concluímos que a informação difundida nos noticários de quatro rádios da Península de Setúbal, (Rádio Seixal, Santiago, em Sesimbra, Popular FM, Montijo e Voz de Almada) se caracteriza pela diminuição de conteúdos relacionados com as comunidades locais, uma vez que apenas 26,75% das noticias emitidas nos 385 noticiários analisados eram sobre assuntos locais.

Por outro lado, verificou-se a importância dada à actualidade Nacional, pois 54,28% das notícias emitidas pelas quatro estações em 2001 e 2002 diziam respeito ao país. Em rádios como a Voz de Almada (4,29%) ou Rádio Seixal, com 17,24%, a difusão de informação local é muito baixa. (Bonixe, 2003:120-121)

Concluímos ainda que a informação local nas rádios locais portuguesas analisadas, apesar de não significar a maior parte dos conteúdos difundidos, é a mais aprofundada. É nela que o tratamento é mais detalhado, na medida em que é frequente a emissão de declarações de protagonistas da notícia, ao invés da informação nacional e internacional que as rádios locais difundem por mimetismo dos media nacionais. (Bonixe, 2003:148)

O desporto local assume, no contexto português, uma importância relevante em termos de tempo de emissão e de aprofundamento, tendo-se verificado que se trata de um dos temas mais noticiados pelas emissoras estudadas em 2001 e 2002.

6 - O estado da arte na Grande Lisboa

O actual cenário da radiodifusão local dos concelhos que constituem a Área Metropolitana de Lisboa está fortemente condicionado pela sua situação geográfica. Por se encontrarem nas proximidades da capital, as emissoras locais dos concelhos limítrofes representam um apetecível

terreno para o investimento de grupos económicos com mais recursos do que aqueles que boa parte das frágeis empresas de radiodifusão local, muitas delas constituídas em cooperativas, apresentam. Na procura de mercado publicitário, mais profícuo na capital do que em qualquer outra cidade do país, muitas empresas com maiores recursos tentam chegar a Lisboa, embora se debatam com um problema: a inexistência de frequências disponíveis. A opção, neste contexto, é adquirir frequências de rádios locais dos concelhos mais próximos da capital.

Esta situação tem mudado a paisagem radiofónica na Área Metropolitana de Lisboa e criado uma realidade que, no nosso entender, questiona os princípios da radiodifusão local com evidentes prejuízos para o exercício do jornalismo de proximidade.

No plano legal, o artigo 27 da lei 4/2001 veio potenciar esta situação ao referir, no seu primeiro ponto, que "em cada um dos municípios que integram as áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto existirá, pelo menos, uma frequência afecta a um serviço de programas de âmbito local e de conteúdo generalista".

Ou seja, num concelho da Área Metropolitana de Lisboa ao qual tenham sido atribuídas duas frequências, uma delas pode ser classificada como temática musical. A outra, apesar de generalista, apenas está obrigada a transmitir três noticiários sobre a sua área de frequência. As rádios locais têm aproveitado este quadro legal para mudarem a sua programação para temática musical e diminuir a oferta informativa local.

Esta situação criou uma nova realidade na radiodifusão local da Área Metropolitana de Lisboa e que se caracteriza pela tendente homogeneização da oferta radiofónica das emissoras locais, que têm optado pela tematização musical dos seus conteúdos, diminuindo assim a possibilidade de representação mediática dos interesses das populações locais.

Com base nos dados disponíveis no site do Instituto da Comunicação Social[85], verificamos quanto à tipologia das rádios locais que o descrevemos é particularmente evidente em alguns dos concelhos que compõem a Área Metropolitana de Lisboa.

[85] - Site do ICS: http://www.ics.pt/index.php?op=pesquisa&tipo=15&area=81 [Consultado em 20 de Dezembro de 2006].

Veja-se o cenário verificado no concelho de Almada ao qual foram atribuídas duas frequências locais, inicialmente ocupadas pela Rede A e Voz de Almada. A primeira não resistiu aos primeiros anos da radiodifusão local legalizada e passou a frequência, logo em 1994, para a Rádio Capital que utiliza os 100.8 mhz. Trata-se de uma emissora classificada como temática musical e que, apesar de ser local e possuir informação própria, o seu conteúdo nada tem a ver com a realidade do concelho onde está inserida. Inicialmente, a Rádio Capital conseguiu estender a sua cobertura a praticamente todo o país, mas em 2007 emite apenas para Lisboa, através da frequência de Almada, e para o Porto.

A outra frequência local do concelho de Almada está, desde 2002, a ser ocupada pela Radar FM, uma emissora classificada como generalista pertencente à empresa Lusocanal. Contudo, a sua programação é essencialmente musical. Os noticiários têm uma vertente de informação geral sobre o país, o mundo e com algum destaque para a actualidade lisboeta. Apesar de ser uma rádio local que emite a partir de uma frequência de Almada, o peso informativo deste concelho é praticamente inexistente.

Não é muito diferente a realidade em concelhos como o Barreiro ou Moita. No caso do Barreiro, é a Rádio Mix e a Rádio MFM que utilizam os 103.0 mhz e os 96.2 mhz respectivamente, inicialmente atribuídas a duas rádios locais: A Rádio Margem Sul e a Rádio Sul e Sueste.

A Mix está classificada como temática musical, e a MFM que, apesar de generalista, tem uma programação sobretudo musical. Em regra, os noticiários da MFM são curtos e incluem breves notícias sobre o Barreiro, o concelho ao qual foi atribuída a frequência.

Na Moita, a Rádio Arremesso foi classificada como temática musical, e a outra frequência do concelho está actualmente a emitir a programação da FMTropical, essencialmente musical.

No concelho do Montijo existe a Popular FM, uma emissora local que emite a partir do concelho de Palmela, mas que conserva as suas características de rádio local procurando nos seus noticiários a emissão de informações sobre o distrito de Setúbal, a realidade onde está inserida. A outra frequência do concelho do Montijo está atribuída à Classe FM, classificada como temática musical.

Na margem sul do Tejo encontramos ainda a RDS, uma emissora que sofreu no final de 2005, profundas alterações na sua linha de programação. Inicialmente designada de Rádio Seixal, a agora denominada RDS abondonou o seu carácter localista vincada ao Seixal, e encetou a sua expansão geográfica. Em 2007, mediante a transmissão da sua programação através de emissoras do Porto, Coimbra, Algarve e Portalegre, a RDS conseguiu fazer-se ouvir em praticamente todo o país.

Ou seja, na margem sul do Tejo, em 2007, com excepção do concelho do Seixal, nos restantes municípios aos quais foram atribuídas inicialmente duas frequências, uma delas está classificada como temática musical.

Na margem norte do Tejo a maior parte das emissoras ainda conservam a sua programação generalista, de acordo com o Instituto da Comunicação Social.

O ano de 2006 redesenhou, contudo, a oferta radiofónica com três mudanças significativas. A Rádio Ocidente, uma emissora local de Sintra, foi adquirida pelo grupo Renascença que criou a Mega FM Sintra, com uma programação essencialmente musical, apesar de estar classificada como generalista. Trata-se de uma rádio dirigida a um público jovem à semelhança do que já sucede com a Mega FM Lisboa.

Outra das alterações significativas foi a mudança da Rádio Mais (Amadora) para Kiss FM Lisboa, uma emissora que passou a estar classificada como temática musical. Por fim, o Rádio Clube de Cascais cedeu a sua frequência à Quimica FM, uma emissora nascida em Setembro de 2006 e que pretende ser, segundo os seus responsáveis, uma alternativa em termos musicais.[86]

O próprio concelho de Lisboa tem algumas particularidades. Apesar de ser a maior cidade do país, Lisboa não tem uma única rádio com características locais, que possua, portanto, uma programação virada para a população lisboeta, seja a residente, seja para os milhares de pessoas que diariamente se deslocam para a capital.

A única rádio generalista de Lisboa é a Best Rock FM, uma emissora, que faz parte do grupo Media Capital, virada para um público jovem, com informação própria, mas afastada da realidade local e

[86] - Media XXI, 89, 2006.

com uma programação essencialmente musical. Trata-se de um tipo de informação com noticiários breves onde predominam os temas de actualidade nacional e internacional.

A TSF emite a partir de outra frequência local de Lisboa. É uma das poucas rádios em todo o país classificadas como informativas e sempre se assumiu como uma emissora de informação nacional, até pelo facto de emitir, desde o início da década de 90, como rádio Regional Norte, depois de adquirir a Rádio Press, do Porto. Os seus noticiários não se focalizam na informação local.

As restantes frequências atribuídas ao concelho de Lisboa estão ocupadas por rádios classificadas como temáticas musicais. São os casos da Europa-Lisboa, Mega FM e Cidade FM. Existe ainda o Rádio Clube (Rádio Regional Sul), que entretanto anunciou a mudança para uma rádio generalista com forte aposta na informação, ainda que não especificamente local.

Conclusão

Eduardo Meditsch (1999) refere que o radiojornalismo "vive cada vez mais confinado às emissoras" que adoptam o formato de rádio informativa. "As demais se continuam a fornecer informação jornalística ao público, o fazem por força do hábito ou de lei, com muito menor intensidade" (Meditsch, 1999:21)

Trata-se de um cenário que o autor estabelece comparando as emissoras portuguesas com as brasileiras e que consideramos ser igualmente pertinente quando tentamos caracterizar a oferta de informação local disponibilizada pelas rádios locais em Portugal.

As transformações da programação em temática musical levadas a cabo por um número significativo de emissoras locais portuguesas está a conduzir a uma diminuição da oferta de notícias em primeiro lugar, e de informação local num segundo plano.

Consideramos que o cenário radiofónico, que tentámos caracterizar relativamente à Área Metropolitana de Lisboa e que resulta das várias mudanças não só de propriedade, mas também de programação, está a transformar a radiodifusão local, pelo menos no espaço geográfico que analisámos, num palco acrítico e direccionado para o entretenimento.

Os princípios teóricos da radiodifusão local que caracterizaram o movimento na Europa nos anos 70 e 80, consubstanciados num registo alternativo de interpretação da realidade, parecem agora desajustados face à realidade vivida em Portugal.

A radiodifusão local no início do século XXI é resultante da sua integração num cenário competitivo que conduziu à procura de investimento publicitário que garanta a sustentabilidade das suas emissões. As razões para tal situação não podem ser encontradas apenas no momento actual. Consideramos que a atribuição de frequências em 1989 – com a legalização das rádios locais - a concelhos com reduzida oferta de mercado publicitário, aliada à incipiência de muitos projectos de radiodifusão local, motivados na sua maior parte pelo romantismo que caracterizou o fenómeno ainda durante o período da "pirataria", se está agora a reflectir.

Parece inevitável que muitas rádios, confrontadas com dificuldades económicas, mudem de mãos e que os novos proprietários apostem em formatos mais rentáveis do ponto de vista financeiro, implicando menos custos, o que na prática é dizer que as opções recaem sobre programação musical e redução ou inexistência de jornalistas nas rádios locais.

Consideramos, contudo, que a mudança de proprietários não justifica por si só a diminuição de oferta de informação local. Outro aspecto deve ser chamado para a análise. Ou seja, o facto da emissão ter passado a ser emitida a partir de Lisboa, apesar da rádio ocupar uma frequência de outro concelho, é um elemento importante, na medida em que contribui para o afastamento físico e geográfico da comunidade.

Num quadro dominado pelas questões de financiamento e sobevivência, as rádios locais abdicam de formatos que potenciam a proximidade, uma realidade também identificada por Mariano Cebrián Herreros:

> La razón económica está por encima de otros criterios a pesar de que se resalte que las concessiones se hacen para incrementar el pluralismo informativo. Efectivamente, se

> incrementa el número de emisoras, pero no de voces al terminar la mayoria de las concesiones integrándose en las grandes cadenas. (Herreros, 2001:145)

De referir, por fim, que as mudanças vividas na sociedade portuguesa nos últimos anos, com a chegada de milhares de imigrantes que se instalaram por todo o país, justifica alterações legislativas no sector da rádio que configurem, por exemplo, a existência em Portugal de rádios comunitárias.

Bibliografia

AZEVEDO, Ana Paula (2001). As rádios locais no pós-25 de Abril, *in* Observatório, 4, Lisboa: Observatório da Comunicação, pp.113-122.

BONIXE, J.Luís (2003). *As rádios locais em Portugal: informação e função social. Uma análise dos noticiários das rádios do distrito de Setúbal*. Dissertação de mestrado defendida na Universidade Nova de Lisboa

CAZENAVE, François (1980). *Les Radios Libres*, Paris: PUF.

CHANTLER, Paul e HARRIS, Sim (1997). *Local Radio Journalism*, Oxford: Focal Press.

CRISELL, Andrew (1994). *Understanding Radio*, London: Routledge.

DOMÍNGUEZ, Joan Manuel (1997). Los media locales en la Cataluña y la ACL, *in* ESCUDERO, Manuel Chaparro (ed.), *Radiotelevisión Pública Local y Alternativa – Perspectivas*, Sevilla: EMA RTV, pp. 217-224.

ECO, Umberto (1981). Una nueva era en la liberdad de expresión, *in* BASSETS, Lluís (ed.), *De las Ondas Rojas a las Rádios Livres*, Barcelona: Gustavo Gili, pp. 213-230.

ESCUDERO, Manuel Chaparro (1998). *Rádio Pública Local*, Madrid: Fragua.

FLICHY, Patrice (1981). La explosión del monólogo. Las radios paralelas en la Europa Occidental. *in* BASSETS, Lluís (ed.), *De las Ondas Rojas a las Rádios Livres*, Barcelona: Gustavo Gili, pp.180-188.

GALINDO, Juan A. Garcia (1999). Participación social y democracia: los ciudadanos y los medios de comunicación, *in* ESCUDERO, Manuel Chaparro (ed.), *La Democratización de los Medios Radiotelevisión Comunitária*, Sevilha: II Congresso de Rádio y Televisiones Locales, Públicas y Alternativas. pp. 289-295.

GUATTARI, Félix (1981). Las rádios libres populares. *in* BASSETS, Lluís (ed.), *De las Ondas Rojas a las Rádios Livres*, Barcelona: Gustavo Gili, pp. 231-236.

HERRERO, M. Cébrián (2001). *La rádio en la convergência multimédia*, Barcelona: Gedisa editorial.

JEANNENEY, Jean-Noël (1996). *Uma História da Comunicação Social*, Lisboa, Terramar.

MAIA, Matos (1995). *A Telefonia*, Lisboa: Círculo dos Leitores.

MARCOS, Luís Humberto (1989). *Rádios Locais – A lei e a realidade*, Porto: Centro de Formação de Jornalistas.

MARINHO, Sandra (2000). Um percurso da rádio em Portugal, *in* PINTO, Manuel (coord.) *A Comunicação e os Media em Portugal*, Braga: Universidade do Minho. pp.99 -109.

MEDITSCH, Eduardo (1999). *A Rádio na Era da Informação*, Coimbra: Minerva.

MESQUITA, Mário (1994). Os Meios de Comunicação Social, *in* REIS, António (coord.) *20 anos de democracia em Portugal*. Lisboa: Circulo dos Leitores. pp. 360-405.

MORENO, Elsa Moreno (2002). El Tratamiento Radiofónico de la Información Local. *in* MARTINEZ-COSTA, Maria Pilar (Coord.). *Información Radiofónica*. Barcelona: Ariel, pp, 330-349.

NOSTY, Bernardo Díaz (1997). Los medios públicos regionales y locales - El futuro de los canales autonómicos y los medios locales públicos, *in* ESCUDERO, Manuel Chaparro (ed.), *Radiotelevisión Pùblica Local y Alternativa – Perspectivas*, Sevilla: Associación de Emissores Municipales de Andalucia de Radio y Televisón, pp.157-169.

PRADO, Emili (1985). *Estructura de la Información Radiofónica*, Barcelona: Editorial Mitre.

RODRIGO, Miguel e Ruiz-Collantes, Xavier (1982). Cronología, *in* BASSETS, Lluís (ed.), *De las Ondas Rojas a las Rádios Livres*, Barcelona: Gustavo Gili, pp. 265-276.

SANTOS, Rogério (2005). A Rádio em Portugal: tendências e grupos de comunicação na actualidade*, Comunicação e Sociedade*, 7, Braga: Universidade do Minho, pp.137-152.

SOENGAS, Xosé (2003). *Informativos Radiofónicos*, Madrid: Ediciones Cátedra.

VILLAFAÑE, J. *et al*. (1987). *Fabricar Noticias – las rutinas productivas en radio y televisión*, Barcelona: Editorial Mitre.

A cerimônia de posse como espaço do consenso político na democracia representativa

Ariane Diniz Holzbach (Universidade Federal Fluminense)

aridiniz@terra.com.br

Sumário

Este trabalho pretende fazer uma reflexão em torno da dimensão cerimonial do dia de posse na democracia brasileira. Como objeto de estudo, serão analisadas as matérias publicadas no jornal O Globo no dia seguinte à primeira posse de Luiz Inácio Lula da Silva, ocorrida em 01 de janeiro de 2003. Mais do que evento de troca de presidentes, o ritual de posse extingue os conflitos inerentes ao processo político, e o jornal, como agente político-midiático significativo, reforça essas características.

Abstract

The main objective of this paper is to make a reflection about the significance of the day of the president ascension ceremony, in the Brazilian democracy context. This work uses as object of analysis the news that were published in O Globo newspaper on January, 2, 2003, the day after Luiz Inácio Lula da Silva ascended the presidency. More than a president substitution, the appointment ritual vanishes with the inherent political conflicts, and the newspaper, as an important political and media role player, reinforces these characteristics.

Introdução

Emocionados, Lula e FH se atrapalham com a faixa

> O clima de emoção e a quebra de todas as regras do protocolo marcaram ontem a passagem da faixa presidencial de Fernando Henrique Cardoso para Luiz Inácio Lula da Silva e a posse dos novos ministros. Com passos lentos e um largo sorriso, Lula subiu a rampa do Palácio do Planalto pela primeira vez sem disfarçar a emoção de estar realizando um sonho cultivado durante 13 anos. Do alto da rampa, Fernando Henrique o esperava de braços abertos. Lula mal conseguiu falar e abraçou carinhosamente o antecessor. Logo atrás, também emocionado, o chefe da Casa Civil, José Dirceu, caminhava lentamente, observando cada detalhe do momento histórico.

O trecho acima foi retirado de uma matéria de política do jornal O Globo, publicada no dia seguinte à primeira posse de Luiz Inácio Lula da Silva como presidente. O evento ocorreu no dia 01 de janeiro de 2003, em meio a uma grande celebração popular que fez mais de 200 mil pessoas se deslocarem até Brasília para assistir ao evento que o jornal e vários outros meios de comunicação qualificaram como sendo histórico. A passagem da faixa presidencial de Fernando Henrique para Lula representou simbolicamente não apenas a troca de um governo por outro, mas uma ruptura (pelo menos aparente) de um modo de governar, em que predominaram representantes da elite do país, para uma forma de governo comandada por um antigo líder sindical, sem muito estudo e representante das classes mais humildes da nação.

O dia da posse, dentro do sistema da democracia representativa, constitui um evento político ainda pouco explorado mas muito significativo, por causa da sua dimensão cerimonial. Trata-se de um ritual que, na seqüência de uma longa e freqüentemente dividida campanha eleitoral, momentaneamente apaga os conflitos e cimenta a união nacional (Dayan e Katz, 1984). Nesse sentido, a cerimônia de posse representa a transfiguração de um simples candidato de um partido, que obteve a maioria de votos mas não a sua totalidade, em um legítimo representante de *toda* uma nação. Assim, mais do que a afirmação simbólica da democracia representativa, a cerimônia criada

em torno da passagem da faixa presidencial reforça o compromisso de todos os cidadãos em torno dessa democracia.

O evento da posse presidencial se caracteriza por um ritual de transição de poder que, por sua própria natureza excepcional, permite uma suspensão temporária da ordem cotidiana. Trata-se de um evento regido pelo seu valor simbólico: todas as suas partes valem pelo que significam. Os meios de comunicação, através dos jornalistas, abarcam para si o papel fundamental de imortalizar o acontecimento, de mediar o evento e transportá-lo do espaço físico para o imaginário. (Dayan e Katz, 1984). No caso da posse, os meios de comunicação refletiram essa singularidade no modo como reportaram os eventos do dia, elaborando textos em que a estrutura e o conteúdo diferem significativamente do que se entende usualmente como discurso jornalístico. A posse de um presidente dentro da democracia representativa, sobretudo do maior representante da oposição do país, define um espaço de fala por parte do jornal que o permite transcender a mera transmissão. É em torno da dimensão cerimonial da posse e do lugar do jornal na transmissão do evento que este artigo pretende levantar uma reflexão.

Para dar cabo do desafio, propõe-se analisar as matérias que repercutem o Dia da Posse de Lula publicadas por O Globo em 02 de janeiro de 2003, no dia seguinte ao evento. Além de um ritual político marcante, a posse de Lula apresenta características adicionais, que valorizam o momento escolhido para análise: foi a primeira vez, desde a retomada da democracia, que um presidente transmitiu pessoalmente a faixa presidencial a um novo líder. Afora isso, trata-se da finalização de um evento marcado pela vitória inédita de um líder operário, apoiado por um partido político que, historicamente, construiu sua trajetória se auto-definindo como partido de esquerda.

As matérias analisadas foram publicadas no caderno de política, denominado “O País”, e se referem diretamente ao processo de ascensão de Lula como presidente. Das trinta e seis páginas do jornal referentes ao dia da posse publicadas, vinte e uma serão analisadas porque tratam diretamente do novo presidente. As demais discutem questões acerca de novos ministros e governadores e sobre o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, e não serão objeto de análise deste trabalho. O conjunto

a ser observado perfaz um total de trinta e cinco matérias, contando com o texto presente na primeira página e com a publicação na íntegra do discurso de posse proferido por Lula (que ocupou três páginas).

A análise que se pretende fazer gira em torno de dois eixos: a importância da cerimônia de posse no Brasil e a forma como O Globo construiu sua mensagem no sentido de reforçar elementos constitutivos desse ritual. No primeiro caso, a intenção é refletir sobre a cerimônia de posse, suas características e como elas se desenvolvem no contexto brasileiro. No segundo caso, a idéia é problematizar de que maneira a narrativa dos textos é construída no sentido de reforçar a cerimônia de posse como o espaço temporário da ausência de disputa e da onipresença consensual.

1. A importância do Dia da Posse de Lula

A posse de Lula em 2003 foi a quarta de um presidente eleito desde o fim da ditadura militar, um número ainda bastante modesto que realça a importância desse evento. Trata-se, muito mais do que uma simples cerimônia de troca de presidentes, de um momento de reafirmação das premissas que formam uma democracia representativa (Manin, 1995), e um pacto firmado entre o povo e o novo presidente. É com a realização da posse que os direitos e deveres da população são concretizados no que concerne à escolha do líder da nação que vai delinear os rumos do país pelos próximos quatro anos.

No caso do Dia da Posse em questão, essas características são levadas ao extremo, posto que pela primeira vez na história do país um ex-operário, que fugiu com a família pobre do Nordeste para tentar a vida em São Paulo, sem curso superior e líder do (então) maior partido de oposição da nação (o PT, Partido dos Trabalhadores) chegou à presidência da República. E isso depois de vencer com grande margem de votos[87] o candidato da situação, José Serra, que era apoiado pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso, o qual governou o país por oito anos. Tanto em 1989, quando Fernando Collor de Mello venceu as eleições presidenciais, quanto em 1994 e 1998, quando

[87] De acordo com dados do Tribunal Superior Eleitoral, Lula ganhou as eleições com 39.455.233 votos válidos, ao passo que José Serra teve 19.705.445 votos a seu favor, o que dá uma diferença média de 20 milhões de votos a favor de Lula. Dados consultados no endereço eletrônico www.tse.gov.br dia 04/08/2006.

foi a vez de Fernando Henrique, as personagens políticas que ascenderam representavam a elite nacional. No primeiro caso, Collor era representante das oligarquias políticas de Alagoas, integrante da família que é dona da retransmissora da Rede Globo no estado. Fernando Henrique, por outro lado, é filho de um general do Exército e trilhou sua biografia na academia, como sociólogo. Com a vitória de Lula, ao contrário do que aconteceu anteriormente, a personagem política que subiu ao poder não tem curso superior, construiu sua biografia política ao lado de um partido identificado com a esquerda e, principalmente, aliou sua trajetória política à forte identificação popular[88].

Além do valor para a democracia representativa, a própria cerimônia de posse de Lula foi bem diferente das anteriores. Na esperada posse presidencial de 1985, a população estava ansiosa para proclamar Tancredo Neves o primeiro presidente civil pós-ditadura (mesmo tendo sido eleito de forma indireta). Em meio a uma grande comoção popular, todavia, Tancredo não chegou a assumir o poder, pois foi internado com fortes dores abdominais na véspera da posse, que ocorreria dia 15 de março, causando um anticlímax total. Assim, José Sarney assumiu o poder, e Tancredo morreu cinco semanas depois. Na segunda posse, a primeira em que o eleito foi escolhido pelo voto direto, houve até uma expressiva presença popular para receber Fernando Collor. Mas não houve a presença de Sarney e nem troca de faixas, sem contar com o fato de que seu governo durou apenas dois anos e meio, por causa do impeachment que sofreu em 1992. Itamar Franco tomou o lugar de Collor de modo discreto, sem os protocolos de uma posse oficial. E, por fim, quando Fernando Henrique assumiu o poder, ele se elegeu como pai do Plano Real, desenvolvido durante o governo de Itamar. Com isso, seu governo foi entendido como uma espécie de continuação do governo anterior.

Diferentemente das anteriores, a posse de Lula conseguiu conciliar duas características bastante distintas: a alternância real de poder, que já havia ocorrido em 1989, e uma posse civilizada e protocolar, como aconteceu em 1994 e 1998. Essas características podem ser observadas no passado, mas no caso de Lula aconteceram simultaneamente, o que, de certa forma, acaba por definir a posse

[88] É fato que esse perfil foi atenuado na campanha de 2002, seguindo uma orientação de estratégia de campanha e marketing político que ficou conhecido como o estilo "Lulinha paz e amor". Mas o PT, até hoje, passa uma imagem de partido com forte simpatia com a esquerda.

como um ritual que dramatiza a democracia. É dessa forma que a primeira posse de Lula se opõe às anteriores. Houve uma enorme mobilização popular desde que foi constatada a vitória nas urnas e até o dia da posse. A mídia nacional mostrou comemorações nas ruas feitas pela multidão em várias partes do país. Pouco depois de constatada a vitória, no final de outubro de 2002, o Jornal Nacional, um dos principais telejornais do país, entrevistou Lula durante 75 minutos ao vivo, na bancada onde é apresentado o jornal – um fato inédito (Miguel, 2002). Além da aclamação popular que a posse de Lula recebeu, foi a primeira vez na história do país que um presidente civil transmitiu a faixa ao novo presidente, com o reforço de que o agora ex-presidente concedeu poder a uma nova figura que tinha identificação com a esquerda.

Por tudo isso, não causou espanto a euforia com que o PT, o povo e a mídia trataram o evento. A cerimônia foi minuciosamente organizada pelo publicitário Duda Mendonça e, de acordo com dados divulgados pelo PT, o partido pagou todos os gastos da festa, que somaram R$ 1,5 milhão[89]. Artistas famosos como Zezé di Camargo e Luciano e Zeca Pagodinho fizeram apresentações antes da realização da cerimônia. Seis mil policiais militares, 1.500 bombeiros e 200 delegados da Polícia Civil estavam a postos em diversos pontos da Esplanada dos Ministérios. Como uma grande festa de carnaval, jornais e programas de televisão divulgaram o cronograma de atividades e informações de interesse do público, como os locais onde foram instalados banheiros e a posição dos telões que transmitiram a cerimônia e os shows. De acordo com O Globo, cerca de 200 mil pessoas ovacionaram o novo presidente do Brasil.

Mas a importância da posse vai muito além dos números quando se coloca em questão o ritual de passagem que o evento anuncia. A cerimônia é, ao mesmo tempo, uma estrutura de ação e de pensamento (Geertz, 1980) que a cultura nacional criou para enfatizar o poder recém-conquistado. Em termos simbólicos, trata-se de um momento único, criado para ser símbolo de uma espécie de

[89] É interessante observar este dado sabendo que na segunda cerimônia de posse de Lula, em 01 de janeiro de 2007, foram gastos dois terços desse montante, R$ 1 milhão, embora apenas 10 mil pessoas acompanhassem o evento, ou seja, 5% do público presente em 2003. A cerimônia toda de 2007, aliás, difere significativamente da anterior. Não só por causa da ausência popular, mas o caráter histórico enfatizado em 2003 desaparece e a participação do PT é bastante reduzida. Fernando Henrique, que sorri ao lado de Lula na transmissão da faixa, em 2003, é um dos maiores críticos de Lula quatro anos depois. Os jornais refletem essa mudança na cobertura da segunda posse, além de analisarem criticamente o governo que terminava.

unificação nacional, em que todos estão ideologicamente do mesmo lado, ou seja, do lado do presidente. O evento da posse entra no imaginário nacional como um momento (talvez o único) em que as disputas que regem a vida política cedem espaço ao consenso. Durante a cerimônia de posse, toda a população parece cantar feliz no mesmo ritmo, e isso mesmo que o país esteja mergulhado em crises políticas, sociais ou econômicas, como foi o caso do período em que a posse de Collor ocorreu[90].

Além da superação momentânea dos conflitos, outros elementos se juntam ao ritual da posse para formar o que Dayan e Katz (1983) chamam de cerimônias públicas contemporâneas: ele é planejado e realizado para ser um acontecimento excepcional, o protagonista do evento se transforma quase em um mito e há a expressiva participação e reação do público durante todo o processo. Mas essa reação, é importante enfatizar, está longe de ser totalmente espontânea: ela é definida e canalizada[91]. Indo mais além, pode-se afirmar que a cerimônia de posse ainda guarda uma importante característica. Sabe-se que, no Brasil, a história das posses presidenciais é recente, mas a forma como o ritual se desenvolve, com as rotinas e os protocolos, faz crer que se trata não de algo recente, mas de um evento que já faz parte da tradição do país. A cerimônia de posse é claramente uma tradição inventada (Hobsbawm, 1984)[92]. No Brasil, a posse tem um caráter de repetição e continuidade (geralmente, o processo protocolar é o mesmo em posses consecutivas), suas rotinas são bem definidas e aparentemente imutáveis e existe uma forte tentativa de ligar o evento ao passado (Hobsbawm, 1984). Analisada superficialmente, a cerimônia causa a impressão de que integra a cultura da nação há muito tempo. Mas quando observada com acuidade, percebe-se que muitos de seus elementos cumprem apenas uma função ilustrativa, sem terem um papel definido, o que não acontece com uma tradição surgida espontaneamente. Os elementos da cerimônia são fixos,

[90] Ninguém que viveu o período vai esquecer os graves problemas econômicos que assolavam o país: no ano anterior à posse de Collor, o IBGE constatou uma inflação de 1.764%. Sarney já havia feito três planos econômicos para pôr fim à crise, sem sucesso.

[91] Couldry (2003) tem uma visão diferente daquela definida por Dayan e Katz, que relacionam o ritual à manutenção e à produção da integração social, seguindo a linha de pensamento de Durkheim. Sem negar a importância durkheimiana, Couldry afirma que as relações entre ritual e integração social não são inseparáveis, e que o ritual não está ligado ao que a sociedade compartilha, e sim à forma como ela gerencia os conflitos.

[92] Este conceito foi desenvolvido por Hobsbawm, que o define como sendo um conjunto de práticas ou ações, de natureza ritual ou simbólica, que são reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas, e que "visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição (...)" (1984:9).

ocupando as mesmas posições, desempenhando os mesmos papéis. O ato da transmissão da faixa, por exemplo, não tem exatamente uma função concreta, já que Lula se torna presidente quando assina o termo de posse, e não quando recebe a faixa. Mas, em termos simbólicos, quando o ex-presidente retira a faixa de seu corpo e entrega ao novo presidente, está simbolicamente transmitindo poder.

2. A posse em O Globo

2.1 A primeira página

Vitrine e espelho do jornal, a primeira página deve servir tanto para seduzir o leitor e convidá-lo a explorar as demais páginas quanto para fazer um resumo dos principais assuntos que serão tratados. No dia posterior à posse, portanto, não é de se estranhar que Lula e a cerimônia configurem o assunto principal. Para mostrar os principais aspectos do evento, O Globo acabou por hierarquizar, de modo eficiente, as três características essenciais que permearam o acontecimento, em termos simbólicos e políticos: a passagem da faixa presidencial, o caráter genuinamente popular da cerimônia e as principais ações protocolares.

A primeira metade da página, que compreende o espaço mais valorizado, descreve a transmissão da faixa e a presença do povo. Logo abaixo da logomarca do jornal, três fotos mostram a troca de faixa, o momento de maior peso simbólico do evento[93]. No centro da página, uma foto em que Lula é carregado por uma multidão, demonstrando a forte aproximação popular do novo presidente, e a manchete: "*Povo segue Lula e testemunha seu compromisso por mudanças*". A manchete, aliás, oferece o aperitivo de boa parte do que será degustado mais à frente: a importância do povo na conquista de Lula. Um pequeno texto acompanha a foto central e discorre sobre a grande presença popular, a felicidade do presidente e o seu esforço em repetir que seu governo será totalmente diferente dos anteriores.

[93] Não é objetivo principal deste trabalho analisar fotografias e recursos gráficos; a ênfase se dá nas matérias. Mas em certas ocasiões, como é o caso da primeira página, não há como analisar o texto isolado, posto que as fotografias cumprem um papel fundamental.

Na parte inferior da capa, normalmente dedicada a assuntos importantes, mas sem o peso do que é posto na metade superior e no centro, fotos ilustrando o desfile de Lula feito em carro aberto e a subida na rampa do Palácio do Planalto, ao lado do vice-presidente, José Alencar. Às ações protocolares da posse, também realizadas por outros presidentes na mesma situação, foi dedicada apenas a parte final da primeira página, e sem direito a texto explicativo. E mesmo esta região ainda conta com uma charge feita pelo chargista Chico que acentua não os protocolos, mas o povo. Ele desenhou um mapa do Brasil com Lula e dona Marisa, a primeira-dama, rodeados por várias pessoas sorridentes, aparentemente em festa. Embaixo, uma única frase: "*No flagrante, o Brasil toma posse de si mesmo*".

2.2 Questões protocolares

Como o jornal está cobrindo uma cerimônia de posse, descrever as ações protocolares é uma obrigação. Para tanto, O Globo utilizou boa parte da primeira metade das 21 páginas que tratam do assunto e dividiu as matérias de forma cronológica: primeiro aparece Lula assinando o termo de posse, depois vem a troca da faixa para, então, vir a transcrição do discurso oficial de posse, tudo com as devidas análises de repórteres balizados pelo jornal.

Apesar de as matérias terem um caráter bastante descritivo, os repórteres não se ativeram em simplesmente narrar o acontecimento. O ritual propriamente dito foi cedendo espaço a interpretações de assuntos paralelos (Schudson, 1993) e nem sempre relacionados aos protocolos. Eles destacaram, por exemplo, a quebra de protocolo e euforia com que políticos receberam o presidente, e os textos refletem essa informalidade. Veja como começa o lead relativo à matéria da assinatura do termo de posse: "*Gargalhadas, palmas, aplausos e palavras de ordem tomaram conta do plenário da Câmara dos Deputados na solenidade de posse menos solene e mais informal que já se viu ali"*.

O lead, que deveria conter as principais informações sobre o processo de assinatura do termo, acaba discorrendo sobre gargalhadas e aplausos. E o texto ainda caminha muito antes de se referir

exatamente ao acontecimento. A segunda parte do lead não se refere a Lula, mas aos vestidos usados pelas parlamentares: "*Praticamente todas as parlamentares vestiam-se de vermelho, assim como eram vermelhas também as diversas bandeiras que apareceram durante a cerimônia*". Em termos lingüísticos, não há uso de gírias, mas muitas partes utilizam expressões informais e pouco usuais na linguagem jornalística. Ao se referir a Severino Cavalcanti, que fez campanha contra Lula e agora o elogiava, o jornal afirmou que o então primeiro secretário da Câmara "*aproveitou a leitura do ato de posse para tirar uma casquinha na popularidade do novo presidente*".

A parte mais descritiva é a que trata do discurso de posse. Até porque não há muito espaço para fugir da descrição: o jornal optou por transcrever todo o discurso, como fazem os jornais normalmente, limitando-se a dividir o texto entre algumas páginas, por uma questão de espaço, e intitular cada parte. E mesmo aqui não há muita liberdade, pois os títulos são feitos com trechos do texto lido por Lula.

2.3 O caráter popular

Depois de terminadas as matérias protocolares, o jornal abriu um amplo espaço para descrever a festa que permeou toda a cerimônia. Aqui, as matérias se dividem em dois grandes conjuntos: um que enfatiza a vida e felicidade de Lula e outro, mais extenso, que retrata a proximidade que ele tem com o povo brasileiro. Cerca de um terço de todos os textos se referem ao povo, à aclamação de Lula, à festa que se seguiu à posse.

Logo depois de finalizadas as matérias sobre o discurso oficial, o jornal uniu duas páginas repletas de fotos descrevendo a felicidade do povo. Acompanhadas de um título auto-explicativo, "*A praça (esplanada) é do povo*", dez fotos ilustram a multidão nas ruas, pessoas pintadas, fantasiadas, escalando o mastro do Supremo Tribunal Federal... No centro das duas páginas, uma foto grande ilustra uma multidão cercando o Rolls-Royce presidencial onde Lula aparece, pequeno, acenando para todos. Ele é o motivo de tamanha celebração, mas quem aparece mesmo são os "populares", como denomina o jornal. A única matéria presente nessas páginas descreve mais uma quebra de

protocolo. O jornal dedicou sete parágrafos para discorrer, novamente, sobre as roupas das parlamentares. O destaque vai para Heloísa Helena, então senadora pelo PT, que pela primeira vez deixou a calça jeans e camiseta branca de lado para usar um "*chamativo vestido tubinho de renda que deixava os joelhos à mostra*".

Os títulos, as quebras de protocolo, a estrutura das matérias e a organização temática dão ênfase à celebração popular e acabam por elevar Lula à categoria de mito. As matérias sobre Lula relembram o passado pobre e o esforço descomunal que ele teve que despender para chegar ao cume mais alto da vitória e do poder. A heroificação de Lula inspirou o uso de vários recursos de linguagem, a exemplo da metáfora "*Chuva poupou presidente Lula*", a qual indica que até o tempo ficou ensolarado por causa do desfile em carro aberto que ele faria. Nem o tom poético escapou: "*Tudo acontecia sob o céu de Brasília, onde os traços do arquiteto foram ora iluminados pelo sol da nossa terra, ora sombreados por nuvens carregadas, para que, feitas as contas, a chuva poupasse Lula*".

Toda essa festa acontece em função de Lula, que é o protagonista do evento, e a quantidade de pessoas presentes acaba reforçando o seu prestígio. Afinal, se existe uma grande identificação entre as duas personagens – Lula e o povo –, nada mais coerente do que permitir que ambas as partes sejam descritas pelo jornal, o que configura a exata representação do povo no poder.

De acordo com o jornal, existe uma incomparável felicidade que acomete a todos: ao povo, ao próprio Lula, aos aliados políticos e à oposição. O povo e o novo presidente, como já pôde ser observado, têm um espaço significativo. O mesmo não se pode dizer em relação aos aliados políticos de Lula, que mais atuaram como figurantes. Nas duas primeiras páginas, os únicos aliados que aparecem são José de Alencar, que afinal era o vice-presidente, e Antônio Palocci, que seria o ministro da Fazenda e teve grande peso durante a campanha de Lula. Nas demais páginas, os aliados aparecem nas matérias sobre ações protocolares, embora desapareçam na parte do discurso de posse, e algumas vezes quando a matéria narra algum evento que aconteceu no interior da Câmara dos Deputados. Ironicamente, um dos poucos aliados que tiveram espaço mais expressivo

foi Gilberto Gil, que seria ministro da Cultura. Um dos políticos com maior apelo popular, Gil fez um *pocket show* ao meio-dia e recebeu uma matéria pequena, conquanto localizada na parte superior da página, com direito a foto. Isso, é claro, só aconteceu porque entre as quatro músicas apresentadas, ao menos uma foi identificada justamente com o passado sofrido de Lula no sertão. Ao final da matéria, que marca a despedida de Gil do show, até o jornalista parece contaminado pela emoção: "*E o gramado da Esplanada arrepiou-se de tanto deslumbre*".

A oposição também teve seu espaço no dia da posse. Nas primeiras páginas, ela apareceu mais que os aliados, visto que Fernando Henrique ganhou certo destaque. Ele é, inclusive, o maior representante da oposição nas páginas. No mais, poucos políticos dessa ala apareceram, como foi o caso de Severino Cavalcanti. Mas em todas as matérias, é interessante observar, os opositores mais parecem aliados, pois nem eles escapam da felicidade que contagia a todos.

2.4 A passagem de poder

O clímax do dia da posse em uma democracia representativa é a entrega da faixa ao presidente eleito. O momento marca simbolicamente a entrega do país a uma pessoa que abarca para si a responsabilidade de tomar as decisões por todo um povo. O Globo deu ênfase a esse momento, tanto na capa do jornal, como já foi descrito, como na matéria que descreve com detalhes a cerimônia. Aqui, o jornal pôde contar com um ingrediente inédito em posses anteriores: o agora ex-presidente eleito pelo povo entrega a faixa ao novo eleito. Fernando Henrique é descrito como um verdadeiro lorde: apesar de estar entregando um poder que por oito anos foi dele, está sempre sorridente e parece compartilhar da emoção que toma conta de Lula. A transmissão da faixa, ocorrida de um modo bastante civilizado, simboliza uma conciliação, não obstante temporária, entre os dois maiores grupos políticos do país, que em condições normais, não-regidas por um momento excepcional, são antagônicos.

Este momento talvez seja o ápice do consenso político que a cerimônia de posse representa. Como mostra o texto transcrito no início deste trabalho, até o maior símbolo de oposição a Lula é citado

pelo jornal como incontrolavelmente satisfeito com a vitória de seu opositor e condizente com o novo poder que se instalava. Aqui, o apagamento da disputa é explícito: o político derrotado compartilha a alegria e emoção do vencedor. No decorrer do texto de página inteira (a transmissão da faixa recebeu uma única matéria, com quatro vinculadas), o texto descreve o nervosismo de Fernando Henrique, o qual, ao passar a faixa, deixou cair os óculos, e a dignidade de Lula que *"apanhou os óculos do amigo, que os colocou no bolso esquerdo do paletó"*. Uma das fotos que ilustram a passagem da faixa na capa concretiza esse consenso: Lula e Fernando Henrique estão abraçados e sorridentes, um encarando o outro, mas de uma forma aparentemente bastante amigável[94].

A cordialidade que rege a passagem de poder foi compreendida e descrita pelo jornal, que trouxe mais um elemento ao evento: seu caráter histórico. Mas a história, aqui, é entendida não como um processo regido pela continuidade, mas como algo diferente, singular. Muitas matérias qualificam os vários momentos da cerimônia como históricos, desde a euforia com que a população recebeu o presidente até a emoção da totalidade dos políticos. No caso da passagem da faixa, o repórter não se fez de rogado ao fazer a constatação no início de uma vinculada: "*A imagem vai ficar para a História. O abraço dado pelo ex-presidente Fernando Henrique Cardoso no recém-empossado Luiz Inácio Lula da Silva, no alto da rampa do Palácio do Planalto, foi o apogeu do processo de transição entre os dois governos*".

Conclusão

A maneira como O Globo reportou a cerimônia da primeira posse de Lula atuou sob uma grande temática: o povo brasileiro estava em festa por causa da vitória de Lula. Seguindo essa premissa, todas as matérias foram construídas para balizar a afirmação. O jornal descreveu, com ênfases

[94] É digno de nota observar como as matérias constroem uma relação excessivamente cordial, quase mítica, entre Lula e Fernando Henrique. Mítica porque os dois eram adversários políticos nas duas campanhas que elegeram Fernando Henrique e opositores indiretos nessa eleição que sagrou Lula vencedor. Seu maior opositor, José Serra, é até hoje colega de partido de Fernando Henrique, pelo PSDB, e teve apoio do então presidente durante toda a campanha eleitoral. Atualmente, inclusive, esse concorrência continua, posto que Fernando Henrique é um dos mais ferrenhos críticos de Lula e de seu governo. Mas no dia da posse em questão, o jornal constrói uma relação entre os dois que, para o leitor, perdura a sensação que são amigos de longa data...

diferentes, todos os que de alguma forma estavam envolvidos com o evento: o presidente, a população, os aliados e a oposição. Enquanto os aliados e a oposição pouco apareceram, o povo ganhou tratamento especial. Essa dedicação relacionada à participação popular sugere não apenas a identificação de Lula com o povo, mas também um importante elemento da relação entre a cerimônia e a cobertura do jornal. Percebe-se que O Globo utilizou diversas estratégias nos textos no sentido de reforçar a superação dos conflitos políticos.

Em primeiro lugar, todas as matérias tratam os eleitores como se fizessem parte de uma única ala política, ou seja, como se todos os cidadãos estivessem de acordo com o poder que começava a se instalar. Quando o jornal coloca na primeira página, em letras garrafais, a manchete já citada: *"Povo segue Lula e testemunha seu compromisso por mudanças"*, está fazendo muito mais do que introduzir o leitor à descrição da cerimônia de posse. Está dizendo que o povo, ou seja, que *todos* os brasileiros estão seguindo, andando junto com Lula, apoiando seus passos, mesmo aqueles que eventualmente não votaram nele. O jornal exclui todos os eleitores brasileiros que votaram em branco, nulo ou no concorrente de Lula no segundo turno, José Serra. Essa minoria não aparece representada em nenhuma matéria sobre a repercussão da posse, não há nenhuma citação dela nas páginas, muito pelo contrário. O Globo elaborou e organizou os textos de forma a parecer que *toda* a população brasileira está plenamente satisfeita com a ascensão de Lula.

Esse consenso político não está presente nas matérias porque o jornal quer conscientemente ajudar a manter um certo controle social (o que até acontece, mas não é o único nem o principal objetivo do jornal naquele momento), mas porque a cerimônia permite a criação desse consenso momentâneo (Dayan e Katz, 1984, Riviére, 1989). A cerimônia de posse é feita para ser um fato excepcional, criado para parecer único. Ela cava uma espécie de valo na continuidade histórica e abre espaço para a exceção. Desse modo, o consenso político permitido pela narrativa cerimonial e reforçado pelo jornal acaba expondo um problema intrínseco à democracia representativa: um candidato de um partido se transforma em representante de todos os eleitores, incluindo a parcela de cidadãos insatisfeitos (no caso de Lula, podemos citar, por exemplo, os 19 milhões de eleitores que votaram

em Serra). Esse consenso é, portanto, falso, posto que, doravante a natureza da disputa inerente a todo processo político, um candidato eleito nunca vai representar a totalidade dos eleitores. O mesmo pode ser dito em relação ao apagamento da disputa política que acontece entre aliados e opositores de Lula. No momento da posse, os dois grupos acabam se misturando ideologicamente: todos estão do mesmo lado. Esse apagamento inerente ao ritual político, contudo, apesar de minar um conflito, é crucial para a integração das sociedades modernas, pois "contribui para a manutenção do equilíbrio do sistema social" (Riviére, 1989:171).

Como afirma Champagne (1995), nem sempre as "supostas" manifestações públicas traduzem a opinião de todo um povo, mesmo que um aparente consenso seja manifestado por muitos representantes da sociedade civil. Isso porque "a 'vontade popular' é um subproduto do funcionamento do campo político que se constrói na e pela luta das diferentes partes diretamente interessadas no jogo político" (Champagne, 1995:382). Nesse sentido, como o jornal integra um importante agente dentro do campo político-midiático, ele é uma das partes interessadas nesse jogo. Não é interessante para ele, no momento da posse, mostrar que existe uma parcela de insatisfeitos, e a opinião hegemônica prevalece. O jornal integra o conjunto de atores que agem na manutenção desse consenso, da mesma forma que acontece com outras mídias, especialmente a televisão, em que diversos canais transmitem a cerimônia[95].

Aparentemente, a forma como o jornal informou a sociedade sobre a posse de Lula parece um desvio do que se convencionou chamar de jornalismo objetivo. A estrutura das matérias, que em geral são adjetivadas, interpretativas e fogem do texto simples, direto, imparcial e sem excessos lingüísticos, leva um leitor mais desatento a pensar que O Globo inovou na forma de reportar um fato. Poder-se-ia afirmar que a maneira como o jornal tratou as informações é fruto de uma fuga momentânea em relação às regras que regem a instituição midiática no Brasil, especialmente

[95] No Brasil, esse consenso curiosamente não aparece, em geral, nas revistas semanais de informação. Como elas não podem tratar o evento como factual, devido à rotina de circulação não ser diária, é comum as revistas descreverem a cerimônia de posse em linhas gerais e explorarem mais o espaço para analisar como deve ser o futuro governo, mostrando aspectos positivos e negativos.

àquelas relacionadas ao conceito de "objetividade". Todavia, o ritual cerimonial, com toda a sua exceção, permite ao jornal narrar as informações de uma forma diferente.

Essa suspensão dos conflitos, entretanto, acaba junto com o término da cerimônia de posse: os opositores voltam a ser contra o governo, a população insatisfeita volta a ter voz e a mídia volta a mostrar os vários lados do jogo político, embora muitas vezes dê mais voz a um único lado, criando um falso apagamento do conflito. Mas aí esse apagamento tem significados completamente diferentes daqueles registrados durante a cerimônia de posse.

Bibliografia

CHAMPAGNE, P. (2005). As sondagens, o voto e a democracia, *in*: CANÊDO, Letícia Bicalho (org.). *O sufrágio universal e a invenção democrática*. Estação Liberdade. pp. 363-402.

COULDRY, N. (2003). *Media Rituals: a critical approach*. New York and London: Rutledge.

DAYAN, D. & KATZ, E. (1983). Rituels publics à l'usage privé: métamorphose télévisée d'un mariage royal . *Annales: économies, sociétés, civilisations*. Paris, 38an., n.1, p.3-20, jan./fév. Trad. de M.T.G.F. de Albuquerque F.F.L. de Albuquerque. Rev. técnica de A. de Albuquerque.

DAYAN, D. & KATZ, E. (1984). La télévision et la rhétorique des grandes ceremonies, *in*: FERRO, M. *Film et histoire*. Paris: Ed. de l'École des Hautes Études, pp.83-97. Trad. para o português de MTGF de Albuquerque e FFL de Albuquerque. Rev. técn. de A. de Albuquerque.

GEERTZ, C. (1980). *Negara: o estado-teatro no século XIX*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

HOBSBAWM, E. e RANGER, T. (org.). (1984). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

MANIN, B. (1995). As metamorfoses do governo representativo. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. nº 29, pp. 5-34.

MIGUEL, L. F. (2003). A Eleição Visível: A Rede Globo Descobre a Política em 2002. *Dados*, v. 46. Rio de Janeiro.

RIVIÉRE, C. (1989). *As liturgias política*. Rio de Janeiro: Imago Ed., 1989.

SCHUDSON, M. (1993). A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão, *in*: Traquina, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Veja Ltda, pp. 278-293.

Laboratório da Notícia: estudo de caso do primeiro jornal acadêmico de circulação diária do Brasil

Carlos Alexandre Gruber de Castro (Centro Universitário Positivo – Curitiba - BR)
jornalismo@unicenp.edu.br

Sumário

Este trabalho teve o objetivo de investigar os fatores que permitiram ao curso de Jornalismo do Centro Universitário Positivo, de Curitiba, implantar o primeiro jornal acadêmico de circulação diária do Brasil, e analisar a sua contribuição para a formação dos alunos. A conclusão é a que o projeto possibilitou um salto exponencial no desenvolvimento das habilidades profissionais técnicas dos alunos, sem prejuízo na esfera de formação de suas competências humanísticas.

Abstract

This work aimed at investigating the factors that allowed the undergraduate course in Journalism of Centro Universitario Positivo at Curitiba to implement the first daily college newspaper in Brazil, as well as to analyze its contribution in student training and education. It is the conclusion of this study that the project allowed for an exponential growth in development of student professional technical skills, with no loss to humanistic competencies development.

Introdução

Os cursos de graduação em Jornalismo derivaram-se, no Brasil, de outras profissões mais antigas das áreas de ciências humanas e sociais aplicadas – como Filosofia e Direito – e ao longo de décadas carregaram em seu bojo uma indagação central: se o processo de ensino-aprendizagem deveria receber ênfase na formação "humanística" ou na formação "técnica" – em outras palavras, se o "saber pensar", o conhecimento, ao menos em nível básico, de temas como teoria política,

economia, filosofia, sociologia, psicologia, ética etc, deveria se sobrepor a questões de domínio técnico específico da profissão, como normas de redação, diagramação, fotografia e, posteriormente, de filmagem, dicção, posturas de apresentação etc. Na história dos cursos de Jornalismo, essa balança tem oscilado de acordo com a visão, os projetos pedagógicos e a própria ideologia das diversas instituições de ensino – públicas, particulares, leigas, confessionais.

Alheia a essa polêmica central e histórica dos cursos – aparentemente em processo de solução nos últimos anos, com o início de um consenso sobre a imprescindibilidade dos dois níveis de saber –, a necessidade de produção de jornais gráficos pelos alunos sempre ocupou papel inquestionável. Exemplo é o fato de que, desde os primórdios da regulamentação do ensino superior em Jornalismo, a publicação regular de veículos gráficos é considerada condição *sine qua non* para o próprio funcionamento dos cursos.

Apesar disso, também historicamente a produção de jornais gráficos pelos cursos de Jornalismo, em todo o País, tem enfrentado significativas dificuldades. Seja por falta de recursos, especialmente nas universidades públicas, seja por desarticulação dos projetos pedagógicos, seja até, em alguns casos, por receio das instituições de patrocinar publicações cujos conteúdos produzidos pelos alunos não sejam facilmente "controláveis", os cursos em geral não apresentam produções de curta periodicidade. Normalmente, os cursos que mantêm jornais adotam como padrão as publicações mensais ou bimestrais – não raro extrapolando para publicações semestrais e, até, bissextas. Como as comissões ministeriais que periodicamente inspecionam as condições de funcionamento dos cursos autorizam a sua continuidade – apesar do flagrante descumprimento da legislação em ponto essencial – é motivo de indagação.

O objetivo do presente trabalho foi o de promover uma análise de caso do curso de Jornalismo do Centro Universitário Positivo (UnicenP), de Curitiba (PR), que conseguiu, desde agosto de 2004, implantar um jornal-laboratório de circulação diária, tornando-se pioneiro – e, até agora, único no País. No trabalho, investigaram-se os fatores que possibilitaram o desenvolvimento desse projeto e as conseqüências dele no âmbito do processo ensino-aprendizagem.

1. Questão principal e objetivo geral

A questão básica do presente trabalho foi a busca de elementos que permitissem identificar os pilares do processo de produção do jornal-laboratório do curso de Jornalismo do UnicenP, que culminou com a implantação do primeiro jornal acadêmico de circulação diária do País.

Analisou-se a coerência da produção do jornal em relação ao Projeto Pedagógico do curso, e, com base em depoimentos e entrevistas com professores e alunos, além de dados quantitativos, verificaram-se as conseqüências de tais atividades para o desenvolvimento das habilidades profissionais dos discentes.

Para o início de compreensão dessas questões, é necessário, por um lado, observar os aspectos da legislação que regula o funcionamento dos cursos de Jornalismo no País e, por outro, tópicos do Projeto Pedagógico do curso nos quais insere-se a filosofia de produtos de natureza prática.

1.1 Legislação

Quando da implantação do curso, em março de 1999, estava em vigor a Resolução 002/84, de 24/01/1984, do Conselho Federal de Educação, que regulamentava o funcionamento dos cursos de Comunicação Social. Em seu artigo 7º, o documento estabelecia: "Os estabelecimentos de ensino superior que mantenham cursos com habilitação em Jornalismo editarão, anualmente, ao menos 8 (oito) jornais-laboratórios realizados por seus alunos com orientação dos professores de disciplinas da área técnico-profissional". (SANTOS, 1998: 229).

Tal dispositivo havia na verdade sido revogado pela Lei de Diretrizes e Bases de 1996, que extinguira os currículos mínimos até então obrigatórios para os cursos de graduação, mas continuava sendo utilizado como ponto de referência prática diante do vazio legal decorrente de o Ministério da Educação ainda não haver estabelecido novas regulamentações.

Posteriormente, já em 2002, em decorrência das novas Diretrizes Curriculares baixadas pelo governo, a Diretoria de Estatísticas e Avaliação da Educação Superior do MEC fixou, em seu

Manual de Avaliação do Curso de Comunicação Social, regras para a análise da "Produção de Periódicos para Públicos Determinados".

Nesse documento, foram estabelecidos três conceitos, a saber: "Muito fraco – quando há até 7 produtos impressos por turma durante o curso; Regular – quando há mais de 7 e até 10 produtos impressos por turma durante o curso; Muito bom – quando há mais de 10 produtos impressos por turma durante o curso". (Daes, 2002: 42).

1.2 Projeto Pedagógico

Explicitando sua conformidade com a filosofia institucional do Centro Universitário Positivo, o Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo destaca incorporar "uma metodologia que não se restringe ao ensino e informação, mas assume um caráter de participação do aluno no processo formativo". (Unicenp, 2002: 110).

A ação docente, ainda de acordo com o documento, "caminha na perspectiva da apropriação e reconstrução do conhecimento, procurando desenvolver no aluno competência questionadora reconstrutiva (Demo, 1998: 55)". (2002: 111).

É nesse contexto que se coloca a elaboração de produtos laboratoriais, como o jornal-laboratório gráfico, desenvolvidos pelos alunos sob orientação dos professores.

São de se destacar mais alguns trechos do documento institucional:

> "O trabalho com o conhecimento no curso envolve duas dimensões metodológicas: metodologia científica e metodologia do ensino.
>
> A metodologia científica, empregada no conhecimento da realidade, refere-se à ciência, ao caminho utilizado para apreensão da realidade. Pode ser entendida como a mediação da ciência, uma vez que contribui para a produção do conhecimento por meio de um método de investigação e explicitação da realidade, a exemplo da metodologia utilizada na elaboração da monografia de final de curso.

A metodologia do ensino, empregada na apresentação do conhecimento ao aluno, é o caminho que a inteligência percorre para apropriar-se do saber – conhecimento já sistematizado. É a mediação do saber, utilizada na transmissão dos conteúdos científicos por meio de um método de apropriação do conhecimento pelo aluno, que investiga, explicita e aprende, a exemplo do trabalho com conteúdos das diferentes áreas do conhecimento.

A metodologia adotada pelo curso, assim, supera tanto a metodologia tradicional com ênfase no formalismo e na memorização, quanto a metodologia com ênfase no espontaneísmo e no aspecto psicológico.

A avaliação do processo ensino-aprendizagem dos alunos está vinculada à concepção teórico-metodológica do curso. Nessa medida, a avaliação se compromete não só com a transmissão do conhecimento, mas principalmente com a reelaboração do saber e com a aquisição/desenvolvimento de competências por parte dos sujeitos do processo.

A avaliação torna-se, nessa concepção, parte integrante da dinâmica da formação, uma vez que possibilita: diagnosticar aspectos relevantes, detectar os resultados alcançados – considerando os objetivos propostos – e implementar mudanças necessárias para melhoria do processo ensino-aprendizagem.

Destina-se, portanto, à análise da aprendizagem dos discentes do curso, na proporção em que identifica as necessidades de formação e de parâmetros ao próprio desenvolvimento profissional. Dessa forma, será processual e com função diagnóstica, não se restringindo a mera avaliação quantitativa, ou de apenas um trabalho no final do bimestre.

Os critérios utilizados pelo professor no processo de avaliação decorrem de alguns procedimentos considerados fundamentais, tais como:

- proporcionar condições teórico-metodológicas necessárias à recriação do conteúdo trabalhado, por parte do aluno;

- considerar, conscientemente, a produção de cada aluno como ponto de referência para a reestruturação do saber sistematizado, conforme sua cultura e sua prática social;
- avaliar a qualidade dos conteúdos apreendidos e/ou habilidades desenvolvidas, na perspectiva de sua significação para os educandos;
- avaliar, ainda, o desempenho do aluno em relação a um padrão pré-estabelecido.

Dessa forma, a aprendizagem do aluno é avaliada observando se ele compreende e reconstrói os conceitos estudados; estabelece relação entre a teoria e a prática; argumenta com clareza e consistência teórica; relata a realidade observada com clareza e fidedignidade; organiza-se e trabalha cooperativamente; apresenta clareza, objetividade e coerência na reelaboração de textos e produção de sínteses.

É dada ênfase aos aspectos qualitativos, valorizando o progresso do aluno quanto à criatividade, à aplicação dos conhecimentos adquiridos, à crescente capacidade de síntese, de elaboração pessoal e ao desenvolvimento de habilidades e competências necessárias à prática profissional". (2002: 110 e 111).

2. Objetivos específicos, hipóteses e justificativa

Além do objetivo geral de analisar o processo que possibilitou a implantação, no âmbito do Centro Universitário Positivo, do primeiro jornal-laboratório de circulação diária do País, pretendeu-se com este trabalho investigar as conseqüências de tais atividades para o aperfeiçoamento do processo de ensino e aprendizagem.

A indagação central, em relação a este último aspecto, era se a produção de um veículo diário, com toda a sua carga de trabalho e absorção, efetivamente comprova a hipótese prévia – explícita no projeto do jornal diário – de ampliação das habilidades profissionais dos alunos; e se, por outro, a ênfase nessa atividade produtiva pode ter prejudicado outros aspectos da formação dos alunos, que

poderiam eventualmente dispor de menos tempo para investir em disciplinas de natureza teórica e/ou de formação humanística.

Entendemos que as respostas a tais questões não seriam de interesse restrito ao âmbito dos administradores, professores e alunos do próprio UnicenP, podendo – embora sem nenhuma pretensão ou busca equivocada de generalização – servir de referência para análises de docentes e discentes de outras instituições.

3. Referencial teórico

Para a coleta qualitativa de dados ao presente trabalho, adotaram-se como norma geral os caminhos indicados por Yin (2005). Entre outros aspectos que justificam tal escolha, destaca-se o de que os estudos de caso representam a estratégia preferida "quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real". (2005: 19).

Outro dos fundamentos para a utilização de estudo de caso único em pesquisa, ainda segundo o autor, é o de nos defrontarmos com "um caso raro ou extremo". (2005: 63).

Na condução das entrevistas pessoais com professores e alunos, valemo-nos do referencial de Flick (2004), que frisa estar o interesse atual no modelo semi-estruturado "vinculado à expectativa de que é mais provável que os pontos de vista dos sujeitos entrevistados sejam (melhor) expressos em uma situação de entrevista com um planejamento relativamente aberto do que em uma entrevista padronizada ou em um questionário". (2004: 89).

Observaram-se também outras indicações do autor, como a relativa à condução de "entrevistas centralizadas no problema" – quando a entrevista qualitativa "compreende um pequeno questionário precedente, o guia da entrevista, o gravador e o pós-escrito (um protocolo de entrevistas)" (2004:100) –, e as suas advertências quanto à necessidade de "uma mediação permanente entre o curso da entrevista e o guia da entrevista" para que o foco central não seja perdido. (2004: 106).

4. Metodologia

Os dados para o presente estudo de caso foram coletados nas mais diferentes fontes e sob diversos formatos.

Inicialmente, delimitou-se, como período temporal a ser analisado, a totalidade da circulação do jornal-laboratório do curso, até o presente, desde sua primeira edição, em maio de 1999.

Foram realizadas entrevistas com professores que participaram e participam do processo de produção do jornal – especialmente o professor Marcelo Fernando de Lima, orientador do veículo desde sua criação –, e com alunos e ex-alunos que igualmente participaram e participam da produção.

De vários docentes e discentes, foram colhidos também depoimentos por escrito, para os quais haviam sido colocadas previamente apenas algumas questões em aberto, buscando respostas espontâneas.

Foram, ainda, analisadas as edições de todas as fases do jornal-laboratório, além de coletados registros administrativos e documentos oficiais.

Em outro viés, procederam-se alguns levantamentos quantitativos que pudessem contribuir para análises e conclusões – como, por exemplo, o levantamento dos números de matérias e páginas publicadas nas diversas fases do jornal e dos totais de alunos envolvidos na produção.

5. Apresentação dos resultados

O Centro Universitário Positivo foi criado em 1999 e contava, em 2006, com 26 cursos de graduação, 65 cursos de especialização, dois cursos de mestrado, 150 cursos de extensão e um total de 11 mil alunos. Nesse âmbito institucional, o curso de Jornalismo enquadra-se como de médio porte, com 390 alunos e 18 professores.

Seguindo a filosofia do Projeto Pedagógico que prevê o equilíbrio entre disciplinas teóricas e práticas desde a primeira série, o jornal-laboratório foi implantado ainda no primeiro ano de funcionamento do curso. A primeira edição foi lançada em maio de 1999, menos de três meses depois do início das aulas.

De acordo com o relatório de atividades ao Ministério da Educação quando do processo de reconhecimento do curso, em 2002, "isso foi possível devido à soma, entre outros, de três fatores essenciais: a existência, no currículo, de várias disciplinas práticas já no primeiro ano; a disponibilidade de professores das disciplinas técnicas para atendimento dos alunos fora dos horários de aula; e a implantação de toda a infra-estrutura necessária de equipamentos".

Já naquele ano, como se repetiria nos anos seguintes, foram lançadas oito edições anuais do jornal, conforme estabelecia a Resolução 002/84 do Conselho Federal de Educação.

O formato do jornal era *standard*, tiragem de 3 mil exemplares, com 16 páginas, das quais de 4 a 8 em cores, agregando-se em diversas edições suplementos especiais, como os publicados nas áreas de economia, saúde, literatura, cinema e cultura, além de suplementos regulares em língua espanhola.

Voltado para o público formador de opinião, o jornal era distribuído no próprio campus universitário, nas redações de jornais, em repartições públicas, condomínios e academias de ginástica freqüentadas pelos alunos.

Seu sistema operacional contava, na parte docente, com um professor orientador, indicado pela coordenação do curso, e vários outros professores, das disciplinas técnicas (como Redação Jornalística, Técnicas de Reportagem e Entrevista, Fotojornalismo e Planejamento Gráfico), que atuavam como colaboradores; e, da parte discente, com uma equipe de alunos editores e subeditores que se inscreviam livremente para a produção de cada edição mensal.

A produção do jornal não era atrelada a qualquer disciplina ou série. Todos os alunos interessados em publicar matérias faziam o encaminhamento aos editores, de modo voluntário.

Abaixo, destacaremos alguns outros trechos do mencionado relatório do curso ao MEC, que explicam a ênfase do jornal naquele período:

> "O sistema de produção é democratizado. Já a partir da definição do nome da publicação, os alunos tiveram participação decisiva. O nome – *Laboratório da Notícia (Lona)* – foi escolhido em eleição direta entre todos os acadêmicos, a partir de suas próprias sugestões.
>
> A produção de matérias e fotografias para o jornal advém não apenas dos trabalhos produzidos nas disciplinas, por encomenda dos professores, mas de qualquer outra idéia e iniciativa dos alunos.
>
> A escolha do que será publicado – a partir de toda a produção mensal – cabe a um Conselho Editorial, eleito diretamente entre os alunos, com representações iguais de todas as turmas.
>
> Para possibilitar a maior participação possível de alunos no Conselho Editorial, a sua composição é renovada a cada edição, sendo permitida a reeleição.
>
> Além disso, mesmo os alunos não integrantes formalmente do Conselho Editorial podem participar de suas reuniões – embora sem direito de voto em eventuais decisões que utilizem esse método.
>
> Esse sistema, já consolidado, tem contribuído decisivamente para o desenvolvimento da consciência da responsabilidade dos alunos para com seu trabalho. Os alunos podem sentir-se efetivamente 'donos' do jornal. Percebem que os professores atuam como orientadores técnicos – e não como definidores e, muito menos, 'censores' de conteúdo.
>
> Aliás, o princípio que norteia a produção das matérias, em todas as disciplinas, é o de liberdade de pauta. Os professores indicam as formas de 'como' produzir as matérias, mas jamais impõem temas. Desta forma, estimula-se a criatividade dos alunos e segue-se um dos princípios básicos do Projeto Pedagógico do curso, que vê o aluno não como simples receptor de conteúdos, mas como reconstrutor do conhecimento." (2002: 85 e 86).

Esse sistema inicial vigorou até julho de 2002. Avaliando esse período, o professor orientador do jornal, Marcelo Fernando de Lima, frisou (em entrevista semi-estruturada para o presente trabalho),

que o revezamento dos alunos editores para o fechamento de cada edição mensal apresentava vantagens e desvantagens: "Uma das vantagens desse sistema era possibilitar a participação de todos os estudantes no fechamento do jornal. A principal desvantagem era a descontinuidade do trabalho".

O principal ganho pedagógico desse período, ainda de acordo com Lima, "foi a introdução de uma atividade prática já no primeiro ano, quando todas as escolas optavam por produzir o jornal apenas no segundo ano do curso. A prática despertava o interesse do estudante pela profissão logo no início do curso".

A principal dificuldade, por outro lado, "era que os alunos não tinham ainda o domínio necessário para produzir textos jornalísticos. Esse domínio era alcançado *no processo* de produção do jornal, o que de certa forma trazia um ótimo resultado pedagógico, apesar da sobrecarga de trabalho dos professores na revisão e no acompanhamento dos alunos".

5.1 Prêmios

Já nessa fase inicial, como aconteceria nos anos seguintes, o jornal *Laboratório da Notícia* foi objeto de distinções e prêmios externos.

Logo após o seu lançamento, a Câmara Municipal de Curitiba aprovou, por unanimidade, Voto de Louvor ao Centro Universitário Positivo, à coordenação do curso de Jornalismo e aos professores e alunos pela iniciativa e qualidade do trabalho apresentado.

Também em 1999, ainda produzido apenas por alunos de primeira série, o jornal recebeu Menção Honrosa no 5º Prêmio Sangue Novo, promovido pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná. Trata-se de prêmio concedido anualmente pelo Sindicato e aberto a inscrições de trabalhos produzidos pelos alunos de todas as faculdades de Jornalismo do Estado.

No ano 2000, o *Laboratório da Notícia* conquistou o 2º lugar no 6º Prêmio Sangue Novo; e em 2001 obteve a primeira colocação – como melhor jornal acadêmico do Paraná – dividindo o título

com o jornal-laboratório *Comunicare*, da PUC-PR. Em 2002, na 8ª edição do Sangue Novo, novamente o *Laboratório da Notícia* conquistou o segundo lugar.

5.2. Segunda fase

No final do primeiro semestre de 2002, conforme lembra o professor Lima, o modelo operacional do jornal apresentou problemas: "O Conselho Editorial escolhido pelos alunos tornava-se cada vez menor e o fechamento mais demorado. Foi proposta, naquele momento, a criação de uma equipe de fechamento baseada na estrutura dos grandes jornais brasileiros, com um editor-chefe e editores específicos para cada página. Começava, então, a segunda fase do jornal (agosto de 2002 a julho de 2004)".

E prossegue o relato:

> "Do ponto de gerencial, a produção ficou muito mais simplificada. Antes, os professores recebiam um grande número de textos, que eram encaminhados ao Conselho Editorial. A maior parte da diagramação era feita pelo aluno estagiário do jornal e por alguns voluntários. Com o novo sistema, cada editor passou a encomendar matérias para um grupo de repórteres, formando células de produção. Os editores discutiam e selecionavam as matérias em conjunto com toda a equipe e com o professor-responsável.
>
> Nesse período, o jornal teve um grande salto de qualidade em relação aos textos e aos padrões gráficos adotados. Foi um momento em que grandes reportagens foram publicadas. E uma linguagem mais solta, com influência do jornalismo literário, passou a ser adotada. Do ponto de vista pedagógico, o modelo foi muito importante. Possibilitou a produção de reportagens especiais e incentivou a criação de lideranças no curso".

Até julho de 2004, quando da publicação do quarto número do jornal naquele ano, ainda em formato standard, o *Lona* foi produzido com a participação voluntária de alunos dos quatro anos do curso, sempre em períodos fora do horário de aula.

Esse formato, frisa o professor orientador, "além de possibilitar a interação das várias turmas, fez com que alguns alunos participassem de sua produção nos quatro anos do curso, já que não se limitava a um período específico. Dando continuidade ao trabalho iniciado em 1999, optou-se por manter liberdade de pauta para os alunos. No entanto, deu-se maior incentivo à produção de matérias especiais em áreas específicas, além de suplementos. Aos professores, dentro da filosofia mantida pelo curso desde seu início, coube continuar transmitindo aos alunos conhecimentos *técnicos* e *éticos* do trabalho – de reportagem, entrevista, redação, fotografia, edição, diagramação. O *conteúdo* continuou sendo definido pelos alunos que desempenhavam a função de repórteres e editores".

5.3 Jornal diário

No início do segundo semestre letivo de 2004, considerando esgotada a experiência com um veículo mensal, a coordenação do curso decidiu transformar o *Laboratório da Notícia* em veículo diário. De imediato, duas medidas se impuseram – resolver a questão financeira e definir um novo sistema de produção do jornal.

Para evitar que o orçamento anual do curso fosse extrapolado, em meio ao exercício, decidiu-se pela mudança do formato do jornal – que de *standard*, com 16 páginas, das quais entre 4 e 8 em cores, com tiragem de 3 mil exemplares, passou para tablóide, com oito páginas, em preto e branco e tiragem de 1 mil exemplares.

Já o sistema de produção foi assim definido: os alunos da primeira, segunda e terceira séries foram divididos em 48 equipes, sendo atribuída a cada equipe a tarefa de trabalhar em uma das 48 edições do jornal diário previstas até o final do ano letivo. Os alunos de quarta série não foram incluídos nessas equipes de vez que estavam em período de elaboração dos Trabalhos de Conclusão de Curso.

Todavia, podiam atuar livremente, na medida de sua disponibilidade. Paralelamente, foi formada uma equipe voluntária de alunos que atuariam todos os dias no fechamento do jornal.

A questão da infra-estrutura física não apresentava dificuldades – o curso conta com uma Central de Jornalismo com 20 computadores e dois laboratórios de informática, cada qual com 25 computadores, além de laboratórios fotográficos em preto e branco e em cores, com um total de 18 ampliadores, e acervo de mais de 20 câmeras digitais.

Em suas 48 edições no segundo semestre de 2004, o *Lona* diário publicou cerca de 700 matérias, em quase 400 páginas, tendo a participação de cerca de 300 alunos. Isso representou um crescimento exponencial em relação aos anos anteriores, quando, ao longo de todo o ano, havia média de participação de 100 alunos na produção das oito edições. Nos dois turnos das eleições estaduais e federais de 2004, dias 4 de outubro e 1º de novembro, o *Lona* circulou em edições especiais com 3 mil exemplares e inteiramente em cores.

Valemo-nos, novamente, da entrevista com o professor Marcelo Fernando de Lima para descrever esse período do jornal:

> "A publicação do jornal diário era um antigo anseio do curso de Jornalismo que só pôde ser realizado graças ao aperfeiçoamento do trabalho pedagógico tornado possível com a circulação, em seis anos letivos, do jornal mensal.
>
> A versão mensal do *Lona* dava espaço para grandes reportagens, com abordagens amplas. Para adotar uma abordagem mais informativa, seria necessária a criação de um veículo mais ágil, que se aproximasse da dinâmica da grande imprensa.
>
> Para solucionar esse problema, foi desenvolvido o *Lona* diário, cujo princípio educativo é dar mais oportunidade para que os alunos experimentem a produção de um veículo jornalístico diário em tempo real, como de fato ocorre nas redações. Com isso, houve uma aproximação entre a academia e as práticas do mercado de trabalho.

A incorporação dessa lógica de produção do mundo corporativo, evidentemente, fez-se de forma crítica, tanto do ponto de vista de conteúdo, quanto da própria organização do trabalho. Na verdade, não se quis, com o projeto *Lona* diário, a mera reprodução dos procedimentos adotados pelas empresas de comunicação, mas uma incorporação do que há de mais importante neles para a formação dos alunos.

O conteúdo passou a privilegiar o noticiário. Em muitos casos, a manchete do dia do *Lona* abordou temas semelhantes aos trazidos pelos grandes jornais; em outros, publicou temas exclusivos. Entre os assuntos com maior volume de matéria, estão os relativos à economia, à política – já que o jornal foi produzido em ano de eleições – e problemas da cidade.

Do ponto de vista pedagógico, essa nova abordagem permitiu um aprimoramento maior dos estudantes na cobertura dos acontecimentos. Um dos pontos altos dessa experiência foi a publicação, no primeiro e no segundo turnos, da cobertura completa das eleições. Nos domingos do primeiro e do segundo turnos, uma equipe de cerca de 15 estudantes – nas funções de pauteiro, repórter, editorialista, repórter fotográfico, editor, diagramador – trabalhou o dia todo, da pauta ao fechamento da capa, à noite. Nas duas segundas-feiras, os estudantes participaram, às 8 horas, da distribuição dos jornais no centro e nos bairros centrais de Curitiba.

Na terceira fase do *Lona*, a produção do jornal foi feita por meio de equipes de seis ou sete alunos da segunda série e da terceira — além de contar com o apoio dos editores, do editor-chefe e de professores. As equipes escolhiam uma data em que fechariam o jornal ao longo do semestre. Depois, só participariam mais uma vez do fechamento do jornal de forma voluntária.

Além de facilitar o fechamento, esse sistema possibilitou a criação de um novo ambiente de aprendizagem fora de sala de aula. A sala de redação do *Lona*, com computadores, uma ampla mesa de reunião, assinaturas de jornais, tevê, rádio e telefone, tornou-se uma área de intensa produção, discussão, planejamento, sociabilidade, aprendizagem.

> É um dos espaços mais utilizados do curso de jornalismo. Das 10 horas, quando a pauta começava a ser decidida pelos alunos, sob o acompanhamento de um professor, até o fechamento do jornal, por volta das 22h30, pelo aluno editor-chefe e a equipe de editores responsável por aquele dia, havia sempre alunos e professores trocando idéias, revisando textos, conferindo informações".

5.4 Mais três prêmios

A experiência do jornal diário ganhou reconhecimentos também em prêmios. Na 10ª edição do Prêmio Sangue Novo, do Sindicado dos Jornalistas Profissionais do Paraná, em 2004, o *Laboratório da Notícia* conquistou o primeiro lugar (o que obteve pela primeira vez sozinho, de vez que a primeira colocação anterior, em 2001, havia sido dividida com o jornal-laboratório da PUC-PR).

Além disso, o *Lona* diário recebeu, já em nível nacional, Menção Honrosa na categoria jornal-laboratório na 12ª Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação (Expocom), realizada no Rio de Janeiro durante o 28º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom).

Na 11ª edição do Prêmio Sangue Novo, relativa aos trabalhos acadêmicos produzidos em 2005, o *Laboratório da Notícia* obteve o segundo lugar. E o jornal foi novamente inscrito para a categoria em 2006 – cujos resultados serão divulgados pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná em maio de 2007.

5.5 Quarta fase

Uma das desvantagens do sistema operacional do *Lona* diário em 2004, frisa o professor orientador, "foi a descontinuidade da produção, já que a maior parte dos alunos participou da produção integral de apenas uma edição do jornal".

A solução para este problema foi criada em 2005, com a quarta fase do *Lona*. A partir deste ano, a produção do jornal passou a ser acoplada a disciplinas específicas – no caso, Produção Jornalística II (segunda série) e Redação Jornalística III (terceira série). Todos os demais alunos da primeira e

da quarta séries, no entanto, continuaram tendo liberdade de participar do jornal a qualquer momento.

"A principal vantagem desse sistema", ressalta o professor Lima, "é a criação de um ambiente mais sistemático de produção. Em sala de aula, o professor não se preocupa apenas com o horário de fechamento, correndo contra o relógio, mas lê com cuidado e sugere mudanças nos textos dos alunos. Do ponto de vista pedagógico é o melhor sistema de produção".

Também no sentido quantitativo o salto nesse período foi gigantesco: entre abril e outubro foram publicadas cerca de 1.400 matérias (contra uma média de 360 no período do jornal mensal), com a participação de cerca de 300 alunos (o triplo do período mensal).

5.6 Depoimentos de alunos

Diversos depoimentos dados por escrito por alunos à coordenação do curso no final de 2004, relativos à sua experiência de participação no *Lona* naquele ano, apontaram as vantagens da implantação do jornal diário para o processo de ensino/aprendizagem.

Reproduzimos algumas das declarações:

Ricardo Galeb (4ª série):

> "A possibilidade de trabalhar em um jornal que reproduz de maneira realista o dia-a-dia da redação de um jornal impresso é excelente. Realizações e contratempos que a convivência diária proporciona são uma forma de aprendizagem muito importante para a formação acadêmica de qualquer jornalista. Poder produzir um texto que será lido por um público significativo no dia seguinte e que o colocará a mercê das opiniões e críticas faz com que o futuro profissional se acostume com a repercussão que seu texto pode causar. É aí que a responsabilidade que o jornalista carrega pode ser sentida, ainda que seja na academia."

Daniel Abud (3ª série):

> "A importância de se fazer um jornal diário ainda na faculdade é muito grande não só para os alunos e editores envolvidos no projeto, mas também para os professores. A oportunidade que o curso de Jornalismo oferece aos professores de passarem sua experiência de jornalismo impresso é o grande propósito do *Lona* diário. Pelo fato de a universidade ser um ambiente, na maioria das vezes, apenas teórico, o *Lona* se torna um veículo essencial para que os alunos sintam como é a vida numa redação de um jornal diário. As experiências que estamos absorvendo produzindo o *Lona* todo dia não é menor que os jornais de circulação comercial."

Fernando Rudnick (2ª série):

> "Não é qualquer estudante de jornalismo que pode dizer que participa de um jornal diário. Ainda mais se esse jornal for melhor que muitos jornais que circulam por aí. É uma ótima oportunidade de aprendizado. Conviver com a pressão de fechar o *Lona* todos os dias é muito bom e motivador."

Marcela Galvão Bernardi (2ª série):

> "É muito gratificante poder participar da produção de um jornal diário. Essa oportunidade de experiência prática é única e, com certeza, de muito valor. É possível ter conhecimento do que ocorre em uma redação realmente e, assim, sentir as emoções e expectativas no dia de fechamento de um jornal."

Francielle Colpani (1ª série):

> "Com o *Lona* diário eu pude viver na prática o corre-corre do fechamento de um jornal e isso, apesar de estressante, é muito bom, pois aos poucos me sinto cada vez mais preparada para enfrentar a realidade de uma redação."

O editor-chefe e estagiário do *Laboratório da Notícia*, Vinícius Boreki, da segunda série, também deu depoimento (em forma de entrevista semi-estruturada a este trabalho), referindo-se às atividades de 2005:

> "O *Lona*, por ser um jornal diário, 'obriga' os alunos a escrever. Com o passar do ano, percebe-se uma nítida evolução do texto de grande parte dos estudantes. Todos os equívocos que se cometem por falta de prática, inexistem ou acontecem em pequena escala. Os estudantes também ganham agilidade para redigir, um fator muito importante e que desqualifica grande parte dos recém-formados. Além disso, o jornal diário permite aos estudantes, desde que haja interesse, desempenhar todas as funções possíveis. A qualidade do jornal não é excelente, mas não é ruim. Se considerarmos que é produzido por acadêmicos de todos os anos de jornalismo, a qualidade é boa. Um aspecto positivo que denota o 'espírito comunitário' dos jornalistas é que a maioria das pautas busca a resolução de problemas da comunidade. Apesar de estar no final do ano e muito cansado, ainda sinto prazer em ver o jornal todos os dias."

5.7 Comparações

Para finalizar esta exposição de dados, reproduzimos abaixo uma tabela feita pelo professor orientador Marcelo Fernando de Lima com dados comparativos de vários aspectos da produção do jornal-laboratório ao longo de suas quatro fases, de 1999 a 2005.

	Fase 1 (1999-2002)	**Fase 2 (Editores – 2002 a julho de 2004)**	**Fase 3 (Diário – segundo semestre de 2004)**	**Fase 4 (Diário – 2005/2006)**
Distribuição	Campus, jornais, repartições públicas, condomínios, academias	Campus, jornais, repartições públicas, condomínios, academias	Campus, jornais, repartições públicas, condomínios, academias	Campus, jornais, repartições públicas, condomínios, academias
Periodicidade	Mensal	Mensal	Diária	Diária
Editores	Conselho editorial rotativo a cada edição	Grupo de editores fixos	Grupo de editores fixos	Editor-chefe
Gêneros predominantes	Reportagem Entrevista Ensaio Texto literário	Reportagem especial Entrevista Ensaio	Notícia Notas Cobertura em tempo real Reportagem	Notícia Cobertura em tempo real Reportagem especial
Maior quantidade de texto publicado por aluno por ano	10	10	50	75
Quantidade de textos publicados em um ano (exceto na fase 3, com um semestre)	360	360	700	1400
Número de alunos envolvidos em um ano de publicação	100	100	300	320
Número de edições no ano	8	8	48	100

Proposta pedagógica	Incentivar a produção de textos jornalísticos.	Incentivar a produção de textos jornalísticos. Dar autonomia para que os alunos editem o jornal.	Incentivar produção de textos noticiosos.	Incentivar produção de textos noticiosos. Aperfeiçoar correção de textos com os alunos
Público-alvo das matérias	Geral	Geral	Geral	Geral
Tamanho das matérias	Até 10 mil caracteres	Até 10 mil caracteres. Matérias especiais com várias retrancas	Até 3500 caracteres	Até 3500 caracteres
Vantagens	Grande produção	Produção selecionada	Cobertura diária	Cobertura diária com as mesmas equipes. Grande produção
Desvantagens	Turmas ainda despreparadas	Produção apenas de textos não factuais	Equipes que produziam apenas uma edição	Falta de preparo de alguns alunos

6. Análise dos resultados

Todos os depoimentos de professores e alunos, colhidos em forma de entrevistas semi-estruturadas e centralizadas no problema, bem como a análise dos dados quantitativos, permitem afirmar, a toda evidência, que a evolução na sistemática de produção do jornal-laboratório do curso de Jornalismo do Centro Universitário Positivo – em sua trajetória de veículo de periodicidade mensal para diária – trouxe significativos avanços no processo de ensino-aprendizagem da instituição.

Por um lado, inclusive pelas características do sistema operacional que contempla a produção voluntária e regular dos alunos fora dos horários de aula, o projeto do jornal alinha-se com – e

realiza concretamente – a filosofia do Projeto Pedagógico do curso, que prevê não apenas a *reprodução* do conhecimento pelos alunos, mas a sua *reconstrução*.

Os depoimentos dos professores – com destaque para o do orientador da produção do jornal – e dos alunos das quatro séries do curso evidenciam, à luz de toda a análise qualitativa, a importância que o projeto de produção do jornal-laboratório tem para o desenvolvimento das habilidades profissionais dos discentes, notadamente a partir da implantação do sistema de circulação diária, iniciado no segundo semestre de 2004 e aperfeiçoado em 2005.

Igualmente, os dados quantitativos retratam o gigantesco salto ocorrido tanto em relação à média anual de matérias publicadas no jornal – de cerca de 360 ao ano no período do jornal mensal para cerca de 1.400 no período do jornal diário –, quanto em relação à participação dos alunos – de cerca de 100 (25% do total do curso) ao ano, para em torno de 300 (75% do total do curso).

De outra parte, não foi registrada qualquer menção docente ou discente de que o significativo esforço despendido para a atividade eminentemente prática de produção de um jornal diário, em âmbito acadêmico, tenha prejudicado o desenvolvimento dos temas teóricos das disciplinas do eixo de formação humanística.

7. Conclusões

Valendo-se de técnicas de estudo de caso em pesquisa qualitativa, o presente trabalho propôs-se a investigar os fatores que permitiram ao curso de Jornalismo do Centro Universitário Positivo (UnicenP), de Curitiba (PR), implantar o primeiro jornal-laboratório de circulação diária do Brasil, bem como analisar a coerência dessa atividade com o Projeto Pedagógico do curso e suas conseqüências no processo de ensino-aprendizagem.

Analisadas todas as edições e fases de operacionalização do jornal, desde sua criação em 1999; coletados depoimentos exclusivos de docentes e discentes, por meio de entrevistas semi-estruturadas e centralizadas no problema; analisados documentos administrativos e considerados dados quantitativos, concluiu-se que a transição da periodicidade do veículo de mensal para diário

possibilitou um salto exponencial no desenvolvimento das habilidades profissionais técnicas dos alunos, sem prejuízo na esfera de formação de suas competências humanísticas.

De outra parte, sem qualquer pretensão de que os resultados deste trabalho possam ser extrapolados de seu âmbito específico, espera-se que ele possa servir de referência para análises de docentes e discentes de outras instituições.

8. Bibliografia

ABREU, Célia de, e MASETTO, Marcos Tarciso**. O Professor Universitário em Sala de Aula.** São Paulo (SP), MG Ed. Associados, 8ª edição, 1990.

DAES, **Manual de Avaliação do Curso de Comunicação Social.** Diretoria de Estatísticas e Avaliação da Educação Superior, Brasília (DF), 2002.

DEMO, Pedro. **Educar pela Pesquisa.** Campinas (SP0, Ed. Autores Associados, 3ª edição, 1998.

FLICK, Uwe. **Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa.** Porto Alegre (RS), Ed. Bookman, 2004.

SANTOS, Reinaldo. **Vade-Mécum da Comunicação**, Rio de Janeiro (RJ), Ed. Destaque, 12ª edição, 1998.

UNICENP. **Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo.** Curitiba (PR), Centro Universitário Positivo, 2002.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso – Planejamento e Métodos**. Porto Alegre (RS), Ed. Bookman, 3ª edição, 2005.

A busca pela legalização: conflitos e negociações entre o Ministério das Comunicações e as rádios comunitárias

Beatriz Brandão Polivanov (Universidade Federal Fluminense)

biapoliva@yahoo.com.br

Sumário

Este trabalho busca promover uma reflexão acerca de como parecem se dar as interações político-sociais entre representantes das chamadas rádios comunitárias e representantes do governo federal (mais especificamente, do Ministério das Comunicações). Pretende-se estudar, principalmente, o processo de legalização das rádios ditas comunitárias, tendo em vista os múltiplos interesses e as estratégias de controle e negociação utilizadas tanto pelo governo quanto pelos representantes das rádios. Propõe-se que a legalização das rádios seja vista como "aceitação da diferença", inserida, portanto, no debate multiculturalista, mas se questiona até que ponto ela é de fato aceita. A discussão é materializada com dados obtidos a partir da observação participante do "V Fórum Estadual em Defesa das Rádios e Tvs Comunitárias". Assim, o presente trabalho busca contribuir para o estudo de mídia comunitária no Rio de Janeiro, seguindo algumas discussões presentes nos estudos culturais.

I. Introdução

O momento histórico atual é marcado por uma série de mudanças em relação ao passado. Essas mudanças se deram (e se dão) em escala mundial, mas certamente não afetam os diferentes povos da mesma maneira. Para alguns, o momento é de crise; é uma ruptura com tudo que existia antes. Para outros, as transformações não indicam o surgimento de algo novo, mas sim o fluxo permanente

de mudança das coisas. Seja qual for a posição tomada, é inegável que, com o fenômeno da globalização, as relações econômicas, políticas, sociais e culturais tenham mudado drasticamente. Para utilizar o termo mais conhecido e fugir de problematizações que não cabem aqui, pode-se dizer que vivemos hoje na Pós-Modernidade. Muitos são os aspectos que podem caracterizar esse período – por vezes contraditório –, tais como: o enfraquecimento do Estado Nacional; a percepção e acentuação

do caráter fluido e fragmentado da identidade; o surgimento e desenvolvimento de novas tecnologias como a Internet, que diminuiu as distâncias, "encurtou" o tempo e criou novas formas de sociabilização e produção de cultura; a supremacia do capitalismo e das empresas transnacionais; a massificação da cultura; a desconstrução das grandes narrativas; o esmaecimento da distinção entre cultura erudita e comercial etc.

Muitos são os que, como afirma Jameson, atribuem "ao alto modernismo a responsabilidade pela destruição da teia urbana da cidade tradicional e de sua antiga cultura da vizinhança" (1996: 28). De acordo com Paiva (1998) e Milton Santos (2005), ao mesmo tempo em que o processo de globalização tem atuado fortemente, extrapolando os limites territoriais, têm aparecido cada vez mais propostas concretas de "aldeias locais", que estariam voltadas para suas comunidades, para suas "vizinhanças".

É o que Hall chama de "um novo tipo de 'localismo', que não é auto-suficientemente particular, mas que surge de dentro do global, sem ser simplesmente um simulacro deste" (2006: 58). Este "novo local" possui modo de funcionamento e temporalidade diferentes daqueles estabelecidos pelo global, desafiando-no, mas não é nem uma "sobra" do passado cristalizado (a busca por algo perdido, como critica Jameson), nem tampouco é necessariamente resistência – apesar de não seguir a tendência homogeneizante da globalização.

As rádios comunitárias, objeto de reflexão do presente trabalho, podem ser vistas como esse "novo local", uma vez que são uma produção cultural, social e política vinculada a espaços territoriais

locais – as comunidades – e, em vários aspectos, contrapõem-se à lógica do mercado globalizante, como será visto adiante.

Como explica McRobbie (2005), para Jameson uma questão central da pós-modernidade é o lugar que ocupa a cultura. Ela passa a ser o modo de produção dominante, através do qual a sociedade pode ser entendida e estudada. Em verdade, a ênfase na cultura como centro das análises e chave para se tentar entender a sociedade remonta à década de 1950, quando tiveram origem os (posteriormente) chamados estudos culturais, na Inglaterra. "Uma das idéias fundamentais para os estudos culturais é a compreensão da cultura como campo de conflito e negociação no interior de formações sociais dominadas pelo poder" (Stam, 2003: 253).

Seguindo essa lógica, o presente trabalho propõe-se a verificar quais os conflitos e negociações que se dão no processo de legalização das chamadas rádios comunitárias (parte III) e busca pensar em que medida o reconhecimento oficial da existência dessas rádios pode estar relacionado à questão do multiculturalismo da "aceitação da diferença" (parte IV). Antes de fazê-lo, porém, procura conceituar o que é comunicação comunitária e o que são as chamadas rádios comunitárias, inserindo-as no contexto da comunicação popular (parte II).

Em consonância com o pensamento de autores como Stuart Hall, Homi Bhabha, e Fredric Jameson buscaremos atentar para a complexidade intrínseca a qualquer questão social a ser estudada e tentaremos fugir de leituras maniqueístas e simplistas o máximo possível. Pretende-se entender "o *processo* pelo qual" as "relações de domínio e subordinação são articuladas (...), o processo pelo qual algumas coisas são ativamente preferidas para que outras possam ser destronadas" (Hall, 2006: 241). Assim, neste estudo preliminar, é de fato muito mais enriquecedor tentarmos perceber como se dá o processo de outorga das rádios, por exemplo, com os múltiplos interesses dos agentes envolvidos, do que simplesmente analisar o produto em si, ou seja, a rádio.

A discussão é materializada com dados concretos, obtidos através da observação participante do "V Fórum Estadual em Defesa das Rádios e Tvs Comunitárias", que ocorreu em abril de 2006, no Palácio Tiradentes, Rio de Janeiro.

Dessa forma, pretende-se abrir espaço para se pensar e discutir questões relacionadas às rádios comunitárias do Rio de Janeiro, no contexto atual. A partir dessas reflexões preliminares, espera-se realizar uma pesquisa profunda que tem o intuito de analisar as complexas relações de poder que se dão entre os vários agentes envolvidos na questão das rádios comunitárias.

II. Sobre comunicação comunitária e rádios comunitárias

De acordo com Denise Cogo (1998), no Brasil, é a partir do final da década de 1970, início da década de 1980 que aparecem as primeiras experiências sonoras de comunicação popular que podem constituir o que se entende posteriormente por comunicação comunitária. Tendo em vista que "o adjetivo 'popular' abrange uma multiciplidade de significados diferentes, sendo consensual apenas que tem a ver com 'povo'" (Peruzzo, 1999: 116), faz-se necessário aqui explicar em que medida a comunicação comunitária é considerada comunicação popular.

Segundo Peruzzo (1999), há três correntes para se entender a comunicação "popular": a do popular-folclórico, do popular-massivo e do popular-alternativo. De maneira sucinta, pode-se dizer que a primeira está relacionada às "expressões culturais tradicionais e genuínas do 'povo" (idem: 118). A segunda se refere à indústria cultural, a tudo que é consumido pelas massas. Finalmente, a terceira "ocupa-se da comunicação no contexto de organizações e movimentos sociais vinculados às classes subalternas" e está "*'ligada à luta do povo'* por melhores condições de existência e pela sua emancipação" (ibidem: 119).

Mas talvez o melhor caminho para se entender a questão do "popular" de maneira geral seja o apontado por Hall. Para ele, "o princípio estruturador do "popular" (...) são as tensões e oposições entre aquilo que pertence ao domínio central da elite ou da cultura dominante, e à cultura da "periferia" (2006: 240). O autor ressalta também que há um fluxo constante de "forças e relações" (idem) que definem o que é popular num dado momento histórico e o que não é. Ou seja, algo que

era considerado da ordem do "popular" num determinado momento pode posteriormente passar a ser da cultura dominante e vice-versa.

Cogo (1998) explica que o surgimento da comunicação popular está veiculado, na América Latina, a duas vertentes que tinham interesses distintos: a católica (cuja primeira manifestação data de 1947, na Colômbia) e a sindical (aproximadamente de 1946, na Bolívia[96]). Enquanto a católica tinha maior interesse em conquistar novos fiéis, além de alfabetizar e ensinar técnicas de produção agrícola para os adultos, a sindical fazia uso do meio radiofônico "para informar sobre suas atividades associativas, propagandear suas lutas e promover a defesa de suas culturas" (Cogo, 1998: 63).

A comunicação comunitária, portanto, tem suas origens atreladas a questões de educação, religião e política. Esses três pilares continuam fortemente presentes nas rádios comunitárias brasileiras, porém, hoje é exigido pelo Ministério das Comunicações que essas rádios sejam laicas e apolíticas para que possam ser oficializadas, o que causa, às vezes, discussões e problemas quanto ao processo de legalização, como será visto adiante.

De acordo com Cicilia Peruzzo:

> "numa conjuntura em que vinha à tona a insatisfação decorrente das precárias condições de existência de uma grande maioria e das restrições à liberdade de expressão pelos meios massivos, criaram-se instrumentos 'alternativos' dos setores populares, não sujeitos ao controle governamental ou empresarial direto. Era uma comunicação vinculada à prática de movimentos coletivos (...), diferentes daqueles da estrutura então dominante, da chamada 'grande imprensa'. (...) a 'nova' comunicação representou um grito, antes sufocado, de denúncia e reivindicação por transformações" (Peruzzo, 1999: 114, 115).

[96] Segundo Cogo "há muita polêmica em torno das origens e da data exata da primeira experiência de rádio ligada aos sindicatos mineiros bolivianos", mas "os dados sugerem" que "já em 1946, (...) os mineiros decidem investir na montagem da sua própria emissora" (1998: 63).

A “nova” comunicação, na qual se inclui a comunicação comunitária, é dotada, portanto, de um certo caráter subversivo, de luta por mudanças sociais e de busca por autonomia. Poderia se enquadrar no que Hall chama de “proliferação subalterna da diferença”, uma vez que se propõe a ir contra “as tendências homogeneizantes da globalização” (2006: 57).

No que concerne às rádios comunitárias, parece haver um consenso quanto à sua classificação teórica e ideal. De acordo com Paiva, “o que permite conceituar um veículo como comunitário (...) é sua proposta social, seu objetivo claro de mobilização vinculado ao exercício da cidadania” (1998: 160). Segundo a autora, as rádios comunitárias não têm fins lucrativos; são criadas e sustentadas geralmente por membros da própria comunidade e são consideradas um espaço “horizontal”, no qual várias vozes podem ser igualmente ouvidas, sem serem “filtradas”.

Luís Ramiro Beltrán, especialista boliviano em comunicação para o desenvolvimento, explica que “acesso, diálogo e participação são elementos-chave no processo sistemático da comunicação horizontal” (1981: 33). Beltrán acredita que esse tipo alternativo de funcionamento da mídia seja mais democrático do que o da mídia tradicional, possibilitando dar voz a um maior número de pessoas da população.

Com o poder de fala viria também uma maior autonomia: “grande esforço com meios simples, como periódicos comunitários e sistemas de alto-falantes, está convertendo favelados em comunicadores ativos e autônomos” (idem: 28). Naturalmente, esse discurso possui um certo tom ingênuo e celebratório, muito comum na década de 1980 em relação aos movimentos populares, mas não deve ser descartado, uma vez que ajuda a entender, “idealmente” (no sentido weberiano de “tipos ideais”), a lógica segundo a qual operaria a comunicação comunitária.

Voltando à questão do ser ou não “popular”, pode-se perceber, pelo que foi exposto até agora, que as rádios comunitárias de fato poderiam se enquadrar na categoria “popular”, uma vez que desde a sua origem estão ligadas a movimentos sociais promovidos pelo “povo” e compromissados com ele e não podem ser consideradas uma expressão cultural, social ou política da cultura dominante.

Peruzzo pontua o surgimento oficial das rádios comunitárias: “foi em novembro de 1995 que se institucionalizou o termo ‘rádio comunitária’, no I Encontro Nacional de Rádios Livres Comunitárias, definidas como aquelas que têm gestão pública, operam sem fins lucrativos e têm programação plural” (1999: 252, 253).

Segundo o manual de orientação “Como instalar uma rádio comunitária?”, vinculado pelo Ministério das Comunicações (deste ponto em diante identificado como MC neste trabalho) em 2006, “Radiofusão comunitária é a radiofusão sonora, em freqüência modulada, operada em baixa freqüência e cobertura restrita, com a finalidade de atender a comunidade beneficiada com o serviço.”

De acordo com outro material preparado pelo MC, a rádio comunitária “ajuda o desenvolvimento local mediante a divulgação de eventos culturais e sociais, acontecimentos comunitários e de utilidade pública. É o cidadão exercendo a sua cidadania através do convívio comunitário.”

O mesmo livreto afirma que a programação da rádio comunitária deve ser “aberta à comunidade, sem discriminação de raça, credo, sexo, convicções político-partidárias e condições sociais. Deve estimular a participação dos membros da comunidade e difundir notícias de interesse local.”

No site oficial do Ministério das Comunicações (http://www.mc.gov.br/rc/default.htm) encontram-se ainda as seguintes informações:

“RÁDIO COMUNITÁRIA é um tipo especial de emissora de rádio FM, de alcance limitado a, no máximo, 1 km a partir de sua antena transmissora, criada para proporcionar informação, cultura, entretenimento e lazer a pequenas comunidades. Trata-se de uma pequena estação de rádio, que dará condições à comunidade de ter um canal de comunicação inteiramente dedicado a ela, abrindo oportunidade para divulgação de suas idéias, manifestações culturais, tradições e hábitos sociais (...). Uma RÁDIO COMUNITÁRIA não pode ter fins lucrativos nem vínculos de qualquer tipo, tais como: partidos políticos, instituições religiosas etc.”

Pode-se perceber, assim, que o conceito de rádio comunitária está diretamente relacionado a sete características principais – sem levar em conta a sua necessária circunscrição a uma localidade –, como aponta Peruzzo (1999: 257, 258):

a) a falta de fins lucrativos;

b) "programação comunitária;

c) gestão coletiva;

d) interatividade;

e) valorização da cultura local;

f) compromisso com a cidadania;

g) democratização da comunicação."

Naturalmente, esses critérios são idealizações e se dão num plano teórico enquanto, na prática, muitas das rádios que se dizem comunitárias não atendem a essas expectativas, como será visto adiante.

III. O processo de outorga: conflitos e negociações

O único órgão que pode legalizar as rádios comunitárias é o Ministério das Comunicações. Com base no substitutivo do projeto-de-lei n° 1521/96, aprovado no dia 4 de dezembro de 1996[97], pode-se conceder a outorga[98] às emissoras de baixa potência que tenham:

a) alcance de até um quilômetro – distância considerada de uma comunidade "idílica" pela Amarc[99], principalmente num país tão grande quanto o Brasil;

b) potência máxima de 25 watts;

[97] Peruzzo, 1999: 254.
[98] Autorização, permissão ou concessão para operar emissora ou estação de rádio ou TV.
[99] Associação Mundial das Rádios Comunitárias e Cidadãs.

c) programação "aberta à comunidade, sem discriminação de raça, credo, sexo, convicções político-partidárias e condições sociais"[100];

d) ausência de fins lucrativos;

e) administração por uma "entidade comunitária"[101];

f) nenhuma filiação a partido político e/ou religião;

g) sede na área da comunidade, para a qual devem prestar serviços.

Além de cumprir a todos esses critérios, conforme foi observado no "V Fórum Estadual em Defesa das Rádios e Tvs Comunitárias", na prática, apenas uma rádio comunitária é aprovada pelo Ministério para cada bairro. Segundo a representante do MC, Alexandra Costa, é escolhida aquela que tiver maior representatividade, ou seja, maior número de ouvintes. Daí surge um problema: freqüentemente há várias rádios "clandestinas" numa mesma comunidade e muitas vezes aquela que tem maior representatividade é de cunho religioso ou político.

Segundo artigo "Na onda da política", da revista **CartaCapital**[102] de 09 de agosto de 2006, "a partir de uma amostra de 820 pedidos de licença para rádios comunitárias em 2002", Israel Bayma, pesquisador do Laboratório de Políticas de Comunicação da Universidade de Brasília, "constatou que 87% não correspondiam a emissoras efetivamente comunitárias, apesar de se apresentarem como tal". Estima-se ainda que "operem cerca de 10 mil emissoras sem concessão" no Brasil e "acredita-se que cerca de 2 mil rádios clandestinas estejam hoje sob controle de políticos", enquanto "outras 4 mil estariam sob controle de grupos religiosos".

Esse fato acaba gerando outros dois problemas que apareceram de forma implícita no Fórum: uma certa hierarquização entre as rádios maiores e as menores e divergência ou "falta de união" (nas palavras de um representante do MC) entre as próprias rádios, todas sob o nome de "comunitárias". Acaba havendo, portanto, uma segregação dentro do grupo das rádios: as políticas e religiosas ficam

[100] De acordo com livreto criado pelo Ministério das Comunicações, s/d.
[101] Segundo o Manual de Orientação "Como instalar uma rádio comunitária" criado pelo Ministério das Comunicações, entidade comunitária é "uma entidade civil de direito privado, sem fins lucrativos, (...) de caráter cultural e social, de gestão comunitária (...) e constituída pela união de moradores e representantes de entidades da comunidade".
[102] ATHAYDE, Phydia de. "Na onda da política". Artigo da revista **CartaCapital**, de 09 de agosto de 2006.

de um lado e as supostamente "verdadeiras" rádios comunitárias ficam de outro. Essa "falta de união" e representatividade das rádios comunitárias é problemática, segundo representante do MC, uma vez que fragmenta as reivindicações e assim não contribui para agilizar as melhorias para a condição das rádios.

Além disso, como foi mencionado acima, as rádios comunitárias surgiram com finalidades claramente ou religiosas ou políticas. Portanto, é compreensível que as rádios de cunho religioso ou político também reivindiquem seu direito de se tornarem legais. Por outro lado, entende-se que o Ministério das Comunicações não permita a legalidade (pelo menos não na teoria) das rádios religiosas, devido à laicidade do Estado, garantida no artigo 19, inciso I, da Constituição Brasileira. E tampouco o faça com relação às rádios vinculadas a políticos, que podem gerar uma série de problemas ligados a favoritismos ou oposições político-partidárias. Em suma, como atenta Peruzzo, "todas as emissoras de baixa potência necessariamente terão que ser 'comunitárias'" (1999: 254) para tentar obter a outorga.

A observação do Fórum também permitiu notar que o critério da representatividade para escolha da rádio comunitária a receber outorga gera uma outra questão: ele acaba por ser de certa forma condizente com a ilegalidade, ou melhor, ela *pressupõe* a ilegalidade das rádios, uma vez que reconhece que a rádio de maior representatividade tem atuado há um certo tempo sem a outorga, pois esta é a única maneira de ela ter conseguido um grande número de ouvintes. Assim, uma associação ou entidade que pretende ter uma rádio comunitária e quer seguir corretamente a lei simplesmente nunca o conseguiria fazer, pois para ser legalizada precisa ter a maior representatividade da região e para isso precisa ter uma rádio já atuante, necessariamente sem a outorga.

Novamente de acordo com o artigo da revista **CartaCapital**, há "mais de 8 mil pedidos de concessão de rádios comunitárias ainda sem definição", sendo que em torno de 80% desses pedidos são arquivados, "por não cumprimento de quesitos burocráticos, enquanto na radiodifusão comercial o índice é menor que 10%." Por várias vezes o assunto da burocratização no processo de

outorga foi trazido à tona pelos representantes das rádios no Fórum. A rádio *Novos Rumos*[103], por exemplo, auto-declarada a primeira rádio comunitária do Brasil, teria, segundo um de seus produtores, mandado inúmeras vezes e há mais de dez anos toda a documentação exigida pelo Ministério para obter a outorga, mas ela foi negada. Segundo o MC, havia sempre alguma exigência que não foi cumprida.

Cabe ainda ressaltar que inúmeras rádios, consideradas "clandestinas" por não possuírem a outorga, sofrem "com as investidas policiais, que lacram os estúdios, recolhem os equipamentos e prendem os principais atores" (Paiva, 1998: 173). Esse fato também foi foco de debate no Fórum. Muitas são as rádios que sofrem esse tipo de violência. Atualmente, o órgão que cumpre essa missão é a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), juntamente com a Polícia Federal. Esse tipo de ação contrapõe-se ao direito constitucional de liberdade de expressão, mas é respaldado pelo fato de as rádios em questão não serem legalmente reconhecidas.

Como foi visto, inúmeras rádios que se dizem comunitárias de fato não o são, já que não cumprem os critérios acima expostos. Muitas se utilizam dessa denominação para atrair os ouvintes ou para tentar conseguir a outorga do Ministério das Comunicações. Esse fato foi reportado por alguns dos representantes de rádios comunitárias no Fórum e foi confirmado pela representante do Ministério, Alexandra Costa.

IV. Multiculturalismo: o que representa a institucionalização das rádios?

Mesmo tendo em mente que "multiculturalismo" é um termo escorregadio, que pode se prestar a vários propósitos e ideais distintos, ele pode ser útil se delimitarmos o que queremos dizer com seu uso. É importante ressaltar, contudo, que não será feita uma discussão complexa em torno da "questão multicultural" (Hall, 2006: 49) neste trabalho, tendo em vista a fase inicial em que se encontra e o pouco espaço aqui destinado para tal. Interessa-nos discutir em que sentido – se é que

[103] A rádio foi criada em 1991 e se localiza no município de Queimados, no Rio de Janeiro.

em algum – a aceitação legal das rádios comunitárias pode se enquadrar na proposta multiculturalista de legitimação das culturas não dominantes.

A partir da década de 1980, ganham força os chamados estudos multiculturalistas. A noção de multiculturalismo busca opor-se a uma visão de mundo na qual apenas as culturas dominantes são consideradas legítimas – no sentido de deterem o poder de fala, de escreverem a história sempre sob o seu ponto de vista – e têm, por isso, seu valor reconhecido. Busca, portanto, desposicionar certos discursos como normativos.

De acordo com Stam, "por um lado, a idéia de multiculturalismo é bastante simples, dizendo respeito às múltiplas culturas existentes no mundo e às suas relações históricas, incluindo as de subordinação e dominação" (2003: 297). Por outro, como apontam Stam e Hall, há inúmeras vertentes de multiculturalismo: desde as mais liberais, que buscam "integrar os diferentes grupos culturais o mais rápido possível ao *mainstream*" (Hall, 2006: 51), até as mais radicais, preocupadas com as lutas pelo poder e os movimentos de resistência. Bhabha (2003) critica a tendência multiculturalista de cunho mais liberal na qual todas as culturas são homogeneizadas para serem (supostamente) aceitas em pé de igualdade, não levando em consideração os conflitos e as lutas por poder que se dão entre elas.

Como termo "substantivo" (em distinção à "qualitativo"), o multiculturalismo "refere-se às estratégias e políticas adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiplicidade gerados pelas sociedades multiculturais" (Hall, 2006: 50). Essas estratégias envolvem sempre negociações – por mais que conflituosas – entre as partes envolvidas e nunca se dão por completo, no sentido de que são permanentes, re-atualizadas a cada momento.

Inserindo a questão da cultura popular no debate multiculturalista, é de extrema relevância o pensamento de Hall:

> "Creio que há uma luta contínua e necessariamente irregular e desigual, por parte da cultura dominante, no sentido de desorganizar e organizar constantemente a cultura popular;

> *para cercá-la e confinar suas definições e formas dentro de uma gama mais abrangente de formas dominantes*[104]. Há pontos de resistência e também momentos de superação. Esta é a dialética da luta cultural." (Hall, 2006: 239).

O pensamento de Hall parece assemelhar-se aqui – ainda que menos radical –, ao de Homi Bhabha, quando este traça uma distinção entre diferença e diversidade cultural. Bhabha destaca que os debates mais profícuos no período pós-fatwah foram aqueles nos quais se percebeu a "imposição da homogeneidade sobre as populações 'minoritárias' em nome da diversidade cultural ou do pluralismo" (2003: 314).

Em entrevista a Jonathan Rutherford, Bhabha afirma que "a diferença de culturas não pode ser uma coisa para ser encaixada numa moldura universalista" (Rutherford, 2006: 36), ou seja, algo que a cultura dominante possa *cercar* e *confinar* aos seus moldes, para usar os verbos de Hall.

Mas não seria exatamente isso o que ocorre com as rádios "clandestinas" que buscam a outorga? Como foi dito acima, "todas as emissoras de baixa potência necessariamente terão que ser 'comunitárias'" (Peruzzo, 1999: 254) para tentar obter a outorga. Ou seja, se, por um lado, é interessante que o Ministério das Comunicações reconheça as diferenças culturais e legalize as rádios comunitárias[105], que de fato seguem padrões distintos das comerciais tanto em termos de conteúdo quanto de distribuição; por outro, ele tenta homogeneizar as rádios de baixa potência, sejam elas de qualquer tipo, num mesmo padrão: o das rádios comunitárias. Parece, portanto, seguindo os termos de Bhabha, que se trata de aceitar a diversidade, mas não a diferença cultural.

Quanto ao movimento de resistência e superação apontado acima por Hall, pode-se entender que as rádios se submetem ao MC quando buscam a legalização – com o interesse da auto-sobrevivência e de se legitimar como lugar de fala – e o MC se submete às rádios no sentido de que não só reconhece sua existência – mesmo considerando-a ilegal – como também busca meios para tentar

[104] Grifo meu.

[105] Cabe ressaltar que a legalização das rádios pelo MC não é um ato "de bondade" do mesmo, mas sim a conseqüência de anos de luta daqueles que defendem a comunicação comunitária. Além disso, a concessão da outorga às rádios certamente traz vantagens para o MC, como a maior facilidade de controle e fiscalização sobre as mesmas.

organizar sua situação. Em contrapartida, há resistência por parte das rádios no sentido, por exemplo, de permanecerem no ar mesmo sem a outorga, desafiando o MC a repensar a viabilidade de sua lei e, por parte do MC, em continuar a dificultar a legalização das rádios.

Se pensarmos, seguindo Bhabha, que "a comunidade perturba a grande narrativa globalizadora do capital, desloca a ênfase dada à produção na coletividade "de classe" e rompe a homogeneidade da comunidade imaginada da nação" (2003: 316), podemos entender as inúmeras dificuldades criadas pelo Ministério das Comunicações para legalizar as rádios comunitárias, uma vez que elas representam, potencialmente, propostas de não conformidade com o sistema globalizante e, por estar relacionadas a movimentos que buscam mudanças político-sociais, podem se configurar como ameaça ao poder do governo.

V. Considerações Finais

Buscou-se compreender neste trabalho quais são os conflitos e negociações envolvidos no processo de outorga das chamadas rádios comunitárias, relacionando-os à questão multiculturalista da aceitação da diferença, inserida no contexto da pós-modernidade. Entendemos as rádios comunitárias como "diferença", na medida em que são propostas que vão contra a ordem dominante e percebemos que, se por um lado, há um certo esforço no sentido de aceitar oficialmente a existência dessas rádios, por outro, há inúmeras restrições que acabam por marcar a "contenção" da diferença.

Parece, portanto, que talvez não seja de grande interesse para o Ministério das Comunicações a legalização das rádios comunitárias – a legislação é muito restritiva e parece haver entrave burocrático. Ao mesmo tempo, não se pode negar que existam dificuldades em se outorgar as rádios, uma vez que inúmeras delas se dizem comunitárias mas não o são de fato.

Dada a complexidade da questão, faz-se necessário que este estudo tenha continuidade, a fim de que se possam obter mais dados teóricos e concretos que iluminem a questão da legalização das rádios comunitárias, segundo uma perspectiva não maniqueísta ou militante.

VI. Bibliografia

ATHAYDE, Phydia de. "Na onda da política". Artigo da revista **CartaCapital**, de 09 de agosto de 2006.

BHABHA, Homi. "Como o novo entra no mundo – O espaço pós-moderno, os tempos pós-coloniais e as provações da tradução cultural". In: *O local da cultura*. Belo Horizonte: UFMG, 2003, p. 292-325.

BARBOSA, Marialva. "Os Estudos Culturais e o materialismo dialético". Texto mimeo distribuído no curso Teorias Críticas da Comunicação em 2006.

BELTRÁN, Luis Ramiro. "Adeus a Aristóteles". *Comunicação e Sociedade*, No.6, 1981, p.5-35.

COGO, Denise. *No ar... uma rádio comunitária*. São Paulo: Paulinas, 1998.

HALL, Stuart. *Da Diáspora – Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

JAMESON, Fredric. "Pós-modernidade e sociedade de consumo". *Novos Estudos CEBRAP,* No. 12, 1985.

_____. "Pós-modernismo: A lógica cultural do capitalismo tardio". In: *obra homônima*. São Paulo: Ática, 1996, p.27-79.

LACLAU, Ernesto. "Heterogeneity and post-modernity". *Revista Brasileira de Literatura Comparada*. No. 7. Porto Alegre: Abralic, 2005, p.39-50.

MCROBBIE, Angela. "Jameson's Postmodernity: The Politics of Cultural Capitalism". In: *The Uses of Cultural Studies.* London: Sage, 2005, p. 151-173.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. Livreto "O que é uma Rádio Comunitária". s/d.

_____. Manual de orientação “Como instalar uma rádio comunitária”. Edição: Profissionais de Texto. s/d.

_____. “Rádio Comunitária”. Disponível na Internet em <http://www.mc.gov.br/rc/default.htm>. Acessado em agosto de 2006.

PAIVA, Raquel. *O espírito comum – comunidade, mídia e globalismo*. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicília. *Comunicação nos movimentos populares – A participação na construção da cidadania.* Petrópolis: Vozes, 1999.

RUTHERFORD, Jonathan. “O terceiro espaço: uma entrevista com Homi Bhabha”. *Revista do patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, No. 24, 1996.

STAM, Robert. “A ascensão dos Estudos Culturais”; “Multiculturalismo, raça e representação”; “O valor social da cultura de massa”. In: *Introdução à teoria do cinema*. Campinas: Papirus, 2003.

V Fórum Social Mundial. “Carta aberta das rádios comunitárias aos três poderes da República”. 2005. Disponível na Internet em: <http://www.consciencia.net/2005/mes/08/radcoms-manifesto.html>. Acessado em setembro de 2006.

Estruturas textuais do relato noticioso: um estudo de caso

Rafael da Silva Paes Henriques (Universidade do Minho)

rafaelpaesh@gmail.com

Sumário

O artigo é um exercício inicial de utilização e aplicação dos conceitos e ferramentas desenvolvidas pela Análise Crítica do Discurso proposta por Teun A. van Dijk. Uma matéria do diário português, Jornal de Notícias, veiculada no dia 18 de Dezembro de 2006, é o objecto de estudo. A reportagem relata uma tentativa frustrada, de mais de 120 imigrantes africanos, de chegar à Europa. A sua análise revelou um padrão constante e verificável de traços discursivos. São marcas, presentes no texto, que implicam, sugestionam ou assinalam determinadas posições ideológicas.

Abstract

This paper is an initial exercise in putting to use and applying the concepts and tools developed by Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis. Our subject of study is an article of the Portuguese newspaper Jornal de Notícias, published the 18th December 2006. This article reports the failed attempt of a group of more than 120 African immigrants to reach Europe. Its analysis has shown a stable and verifiable pattern of discursive traces. These are marks, present in the text, that imply, suggest or sign certain ideological positions.

1. Introdução

Este artigo é fruto da disciplina Pragmática da Comunicação leccionada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação da Universidade do Minho. Trata-se de um exercício inicial de utilização e aplicação dos conceitos (teorias) e ferramentas (métodos) desenvolvidos pela Análise Crítica do Discurso proposta por Teun A. van Dijk. De uma forma geral, pode-se dizer que este tipo de

abordagem visa a "contribuir para uma descrição e explicação mais sistemática e explícita das estruturas das 'mensagens' dos *media*. (...) também permite relacionar esta compreensão estrutural com várias características do contexto cognitivo e sociocultural" (Van Dijk, 1991: 61)

Para a Análise Crítica do Discurso, o estudo sistemático de determinados tipos de mensagens – por exemplo, a investigação dos relatos noticiosos – revelam a existência de estruturas regulares de funcionamento discursivo. São essas estruturas que, de uma certa maneira, dão forma ao discurso; definem como é mais apropriado organizar determinado texto, em determinado lugar. Dessa maneira, a partir desses ordenamentos, cada modo particular de produção de discurso causa implicações específicas ao nível social, político ou ideológico.

Nos discursos da notícia não é diferente. Este artigo pretende compreender os modos de funcionamento do relato noticioso e, a partir disso, relacioná-los com características dos contextos das mensagens. Ou seja, o trabalho tem como propósito identificar determinadas estruturas do género notícia e fazê-las dialogar com suas cognições sociais (opiniões e ideologias).

Para cumprir essa tarefa, o objecto de estudo será uma matéria do Jornal de Notícias veiculada no dia 18 de Dezembro de 2006, na secção Mundo, que relatou uma tentativa frustrada, de mais de 120 imigrantes africanos, de chegar à Europa por meio de uma embarcação improvisada. A íntegra da reportagem encontra-se transcrita em anexo incluído no final deste trabalho.

A análise vai ser organizada a partir das estruturas textuais do relato: a coerência local e global; o esquema das notícias; o estilo e a retórica. Isso porque são essas características que podem revelar as opiniões e ideologias, que apesar de não serem explícitas num primeiro momento, estão presentes no texto. O modo como as frases se articulam no discurso, a distribuição de atenção entre os temas, a ordem em que eles aparecem no relato, além da escolha das palavras podem significar implicações ideológicas. Na descrição de factos, traços estruturais podem destacar ou pôr em segundo plano determinadas informações. Tal procedimento mostra aquilo que é mais importante na avaliação de quem escreve, e a partir de qual lugar se escreve (pertenças de grupo e situação comunicativa).

Este trabalho inscreve-se no campo de várias investigações científicas anteriores, nomeadamente, nos estudos críticos realizados por Teun van Dijk sobre as notícias internacionais, em que o pesquisador concentra a análise nos temas emigração e racismo.

2. Estruturas textuais

2.1 Coerência local

O relato do Jornal de Notícias, assim como qualquer outro texto de imprensa, pode ser sintetizado numa série de proposições. Dito de maneira superficial, a proposição é "a estrutura do significado conceptual de uma frase". (Van Dijk, 1991: 64) Em todo e qualquer discurso, as proposições, uma após a outra, mantêm algum tipo de relação entre elas. A maneira como as proposições se relacionam, ou seja, como, e a partir de que nexo essa relação é estabelecida, é chamada de coerência local. Ela se revela, por exemplo, em relações de tempo, consequência, condição ou causa. Portanto a coerência local é o que dá uma espécie de liga entre as proposições; é o cimento que vai assentando os "tijolos" que vão, aos poucos, formando o sentido do texto. Mas é importante ressaltar que essa liga não está no texto de maneira directa. É graças ao conhecimento e à opiniões, que o leitor activa durante a leitura, que a coerência se torna uma realidade. Vejamos como esse mecanismo funciona no *lead* da matéria:

Nesse parágrafo, pode-se apontar uma relação de causa e consequência entre as três primeiras frases. "A tentativa dos africanos de chegar à Europa continua a ser uma odisseia dramática"; porque "Os africanos, como habitualmente, tentaram chegar à Europa em embarcações sem as mínimas condições de navegabilidade"; prova disso é que "Este fim-de-semana de 127 apenas 25 sobreviveram". Há também referência de condição: Uma vez que "Os africanos, como habitualmente, tentaram chegar à Europa em embarcações sem as mínimas condições de navegabilidade"; "A tentativa dos africanos de chegar à Europa continua a ser uma odisseia dramática"; prova disso é que "Este fim-de-semana de 127 apenas 25 sobreviveram".

Ao colocar os outros (imigrantes africanos) no papel de agente dos actos negativos, o primeiro parágrafo executa uma estratégia identificada por van Dijk em vários estudos sobre a imprensa europeia[106]. Ele observou que "(…) a NOSSA gente tende a aparecer primordialmente como actor quando os actos são bons, e a DELES quando os actos são maus e vice-versa (…)". (Van Dijk, 1998: 197) Dessa forma, os imigrantes africanos aparecem como únicos responsáveis pela sua própria desgraça, como agentes exclusivos do seu próprio mal. É porque os africanos insistem em tentar chegar a Europa em embarcações sem as "mínimas condições de navegabilidade", que as tentativas continuam a produzir histórias dramáticas, e a tirar a vida das pessoas (de 127 apenas 25 sobreviveram). Ao mesmo tempo, são mitigadas as dificuldades, ou até mesmo a impossibilidade de um africano chegar legalmente aos países europeus, o que não deixa de ser um outro drama.

Como se vê, a relação de coerência não é estabelecida de forma explícita e directa. Na verdade, é da combinação de frases factuais do *lead* que se é possível derivar normas, valores e posições do autor. Por isso, para além da coerência, também o implícito é utilizado, neste trecho, como estratégia discursiva ao nível semântico e pragmático. O autor atribui ao leitor ideal – àquele para quem se escreve – um determinado conhecimento sociocultural, contando assim que ele estabeleça por si essa relação de causalidade. A acusação/condenação está implícita no plano pragmático.

A análise mais sistemática da estrutura semântica do primeiro parágrafo revela que factos, aparentemente não avaliativos, podem implicar opiniões positivas sobre Nós e opiniões negativas sobre Eles. O mesmo trecho poderia ter sido escrito de forma a destacar as acções europeias para obstar, ou até mesmo impedir, a entrada e permanência legal de imigrantes no mercado de trabalho da Europa como co-responsáveis pela opção dos africanos de arriscar a própria vida. Essas iniciativas também são uma causa importante para a perda de tantas vidas. É somente no sexto parágrafo da reportagem, que outras questões, relacionadas ao tema, voltam a ser objecto de atenção: "Todavia, as crescentes dificuldades de sobrevivência em muitos países africanos levam muita gente a, com risco da própria vida, tentar chegar à Europa, dando corpo a tese de que ficar é continuar no inferno." Isso é, os africanos continuam se arriscando, e muitos continuam morrendo, porque talvez "ficar é [seja] continuar no inferno."

[106] Van Dijk, T. A. (1991). *Racism and the press*. Londres. Routledge.

É possível verificar também que, além da relação referencial existente entre as primeiras asserções da matéria, uma relação funcional de coerência. Como é comum em relatos noticiosos, após a primeira frase, mais genérica, a segunda é uma proposição mais específica que dá os detalhes: quem fez o quê, quando e onde: "Este fim-de-semana, das pelo menos 127 pessoas que a partir do Senegal tentaram chegar às ilhas Canárias, em Espanha, apenas 25 foram salvas por pescadores, junto a cidade senegalesa de Saint-Louis."

As proposições que se seguem: "Como habitualmente, viajavam numa embarcação sem as mínimas condições de navegabilidade", além de todo o segundo e terceiros parágrafos, servem de paráfrase para explicar melhor a forte e marcante proposição que inicia o texto: "A tentativa de chegar à Europa continua a ser uma odisseia dramática".

Na reportagem existem também proposições com a função de exemplo como é o caso do quarto parágrafo: "Numa outra tentativa, uma embarcação arribou, na quarta-feira, à praia de Yoff, nos arredores de Dakar, com 30 pessoas a bordo que pertenciam a um outro grupo que também tentavam chegar a Espanha."

No quinto parágrafo entra em cena a função de contraste: "As repatriações de clandestinos realizadas por Espanha, entre Setembro e Outubro, no âmbito da Operação Frontex (iniciativa conjunta de Espanha e do Senegal, para travar o fluxo migratório ilegal para as Canárias), bem como as más condições meteorológicas, reduziram drasticamente as saídas de embarcações a partir das costas senegalesas." Ou seja, apesar de ter diminuído, a imigração, como se especifica em proposições posteriores, continua grande.

2.2 Coerência global

Além de serem constituídos por partes com coerência local, os textos possuem também coerência global. Em todo discurso há uma estrutura que revela a existência de uma unidade na totalidade. Essa estrutura é como um esqueleto que ajuda a perceber globalmente um texto, e a especificar sua informação mais importante. Para se chegar a essa base, é preciso reduzir as proposições do

discurso a uma lista chamada de macroproposições ou tópicos. Um enfoque especial em determinados tópicos pode ter implicações ideológicas. Além disso, "No discurso das notícias, o topo desta macro-estrutura é convencionalmente expresso no título e no parágrafo do *lead*" (Van Dijk, 1991: 65) Nesta matéria pode-se listar a seguinte estrutura:

1. Conforme outros casos, este fim-de-semana, mais de 120 africanos tentaram chegar à Espanha, por meio de uma embarcação sem as mínimas condições de navegabilidade;

2. a maioria dos imigrantes morreu;

3. as crescentes dificuldades de sobrevivência em muitos países africanos fez com que mais de 30 mil pessoas chegassem à Espanha este ano;

4. cerca de 5 mil foram repatriados e três mil terão morrido na tentativa;

5. em Espanha, 8,8% da população são imigrantes;

6. o facto de ser a fronteira sul da União Europeia e ter um bom desempenho económico aparece aos olhos dos africanos como um oásis que está bem perto.

De uma certa forma, a matéria distribui bem a atenção entre os tópicos. Há informações sobre mais um caso em que dezenas de pessoas morreram na tentativa de travessia, existem dados sobre a imigração de africanos para a Espanha e há também possíveis causas para o problema.

Mas se por um lado não há claras implicações ideológicas na análise da atenção dispensada a cada tópico, o título: "À procura de sonho europeu morreram mais 102 imigrantes"; e o parágrafo do *lead*, enquanto topo da macro-estrutura discursiva, revelam para onde o texto quer apontar: o título, a primeira e a terceira proposição fazem referência a um tempo passado, a uma história antes já vista, a um evento que dá seguimento a um fenómeno cuja convivência é habitual, conforme a regra, quase natural e inevitável. "À procura de sonho europeu morreram mais 102 imigrantes"; portanto não é a primeira vez que morrem pessoas nas mesmas condições. "A tentativa de chegar à Europa continua a ser uma odisseia dramática", ou seja, já foi e ainda é uma viagem cheia de aventuras extraordinárias, uma travessia prodigiosa e excepcional, cujo relato comove e emociona. O verbo

continuar identifica a história com casos anteriores e indica que essa história ainda não chegou ao fim.

A mesma relação como uma espécie de regularidade, frequência, repetição, sequência, e continuidade de um evento no tempo também aparece na proposição: "Os africanos, como habitualmente, tentaram chegar à Europa em embarcações sem as mínimas condições de navegabilidade". Se é um costume, algo usual e frequente, quase como um hábito, essa não é a primeira vez que os africanos tentam tal feito, de tal maneira. O segundo parágrafo (também chamado de sub-*lead*) segue a mesma referência ao tempo, a eventos anteriores: "O testemunho dos sobreviventes é igual ao de todos os outros registados em idênticas tentativas." No topo da macro-estrutura do texto, o que é "drama" praticamente se naturaliza, vira algo regular e normal.

2.3 O esquema das notícias

O relato noticioso segue um esquema abstracto que define para que serve cada tópico do texto. Van Dijk chama essa convenção de superstrutura. Ela divide o discurso da notícia em um esquema hierárquico, composto por categorias convencionais como título, lead, acontecimentos principais, etc. "(…) em cada categoria é expressa primeiro a informação mais importante, uma estratégia de cima para baixo que resulta a chamada estrutura de relevância de um texto." (Van Dijk, 1991: 67) Portanto quem escreve usa de uma convenção e, por isso, mete nos primeiros parágrafos aquilo que julga ser a informação mais importante de cada categoria. Esses julgamentos e escolhas são esclarecedoras, pois trazem consigo muitas implicações ideológicas.

As categorias do Título e do *Lead* estão hierarquicamente no topo do texto e formam em conjunto o Sumário, uma espécie de resumo da reportagem. Eles integram a informação mais importantes para o jornal. Na matéria, a observação desse mecanismo de funcionamento dos relatos noticiosos serve para reforçar ainda mais a análise do item 2.2. O Sumário revela que os dois acontecimentos mais importantes para o JN é que "Mais africanos morreram ao tentar chegar à Europa" e "Como habitualmente eles o fizeram embarcações sem as mínimas condições de navegabilidade". O

destaque, aquilo que aparece como resumo de tudo que vai ser escrito, é que os africanos, mesmo sem as mínimas condições, continuam a tentar chegar à Europa e, por isso, eles continuam a produzir histórias dramáticas.

O lado comovente, regular e de repetição do evento é relevante para o jornal em mais de um momento, já que inicia também, outra categoria discursiva: os Acontecimentos Principais. "O testemunho dos sobreviventes é igual ao de todos os outros registados em idênticas tentativas. A embarcação virou-se e a maioria dos africanos morreu afogada. Muitos outros, segundo os depoimentos recolhidos pelas autoridades, já tinham morrido à fome e à sede, durante a tentativa de travessia."

A avaliação da superstrutura revela também que, por outro lado, as condições e implicações económicas e políticas do acontecimento só aparecem em um texto secundário. Uma caixa, de uma coluna, com pouco destaque na distribuição gráfica da página. A caixa contém números sobre a imigração em Espanha, a reacção dos dois principais partidos políticos no país e também o resultado de um estudo que "revelou que a Espanha cresceu em média 2,6% ao ano, nos últimos dez anos, graças a contribuição dos imigrantes. Sem eles, o Produto Interno Bruto espanhol teria caído 0,6%."

Se o relato noticioso realiza uma estratégia de cima para baixo, o que é importante para o jornal vem primeiro. Os efeitos políticos e económicos do acontecimento estão em segundo plano. A escolha de privilegiar o drama, o relato que comove e emociona, em detrimento dos contextos, antecedentes e consequências da imigração traz, em si, muitas implicações ideológicas.

2.4 Estilo e retórica

É possível dizer mais ou menos a mesma coisa de várias maneiras distintas. Pode-se usar palavras e estruturas sintácticas diferentes para descrever o mesmo facto. Assim, dizer desta ou daquela maneira depende das escolhas de quem diz. E essas opções também têm implicações sociais e ideológicas. Subtilmente elas expressam a opinião, de quem escreve, sobre os relatos e relatados,

assim como também revelam a partir de qual lugar se fala (contexto da comunicação e pertença de grupo).

No sexto e nono parágrafos encontram-se bons exemplos para uma análise mais atenciosa de determinadas escolhas estilísticas: o uso de expressões como “inferno”, “famintos africanos”, “oásis”, “sonho europeu”. Todas elas servem para reforçar estereótipos e, desse modo, aumentar o impacto persuasivo e a anuência dos leitores. Como um todo, essas opções revelam a ideia que o repórter faz da África e dos africanos e também a autoavaliação que faz da Europa e dos europeus. Apontam também a quem o jornal fala.

Ao invés de indicar as possíveis causas dos graves problemas económicos e sociais enfrentados pelos países africanos, o texto prefere os chavões e diz que, a tese de que permanecer no continente é “continuar no inferno”, está reforçada. Não há informações sobre o contexto dos países africanos, não se verificou se a situação nessa região está mesmo a piorar, nem foram investigadas as razões para seu subdesenvolvimento, mas o relato associa os imigrantes a “famintos africanos”.

Por outro lado, a Europa é comparada a um oásis, um lugar aprazível e paradisíaco no meio de outras que não o são, uma ilha de prosperidade. Por isso, milhares de pessoas, todos os anos, buscam a utopia: o sonho europeu.

3. Conclusão

A matéria analisada é exemplar para a Análise Crítica de Discurso, pois essa ferramenta “(...) centra-se nos modos como as estruturas do discurso põem em prática, confirmam, legitimam, reproduzem ou desafiam relações de poder e de dominância na sociedade.” (Van Dijk, 2005: 20)

Pode-se concluir, a partir desta breve análise, que foi possível encontrar um padrão constante e verificável de traços discursivos. São marcas, presentes no texto, que implicam, sugestionam ou assinalam determinadas posições ideológicas. Na reportagem, há um mecanismo sistemático de reprodução, manutenção e legitimação da dominância de uma elite branca e europeia sobre outras etnias e povos.

A chamada imprensa liberal:

> "Defende a tolerância e a compreensão e pode, ocasionalmente prestar atenção aos problemas dos emigrantes ou de outras minorias. No entanto, ao mesmo tempo, desempenha um papel subtil na reprodução da desigualdade étnica, mostrando assim que é parte do problema do racismo e não da solução." (Van Dijk, 1995: 83)

4. Referências Bibliográficas:

VAN DIJK, T.A. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia – Estudos na Análise Crítica do Discurso*. Porto: Campo das Letras.

VAN DIJK, T.A. (1998). Opiniões e ideologias na Imprensa. *in* VAN DIJK, T.A. *Discurso, Notícia e Ideologia – Estudos na Análise Crítica do Discurso.* Porto: Campo das Letras, pp. 187 – 222.

VAN DIJK, T.A. (1995). O poder e a imprensa. *in* VAN DIJK, T.A. *Discurso, Notícia e Ideologia – Estudos na Análise Crítica do Discurso.* Porto: Campo das Letras, pp. 73 – 96.

VAN DIJK, T.A. (1991). O estudo interdisciplinar das notícias como discurso. *in* VAN DIJK, T.A. *Discurso, Notícia e Ideologia – Estudos na Análise Crítica do Discurso.* Porto: Campo das Letras, pp. 61 – 72.

Anexo A – Matéria principal da página

Mundo

Espanha

À procura de sonho europeu morreram mais 102 imigrantes

- Embarcação transportava senegaleses que pretendiam chegar as ilhas Canárias

- Este ano, mais de 30 mil pessoas do Senegal, Gambia, Guiné-Bissau, Mauritânia e Marrocos chegaram à porta da Europa

Orlando Castro

A odisseia dos africanos que tentam chegar à Europa continua a ser escrita com páginas dramáticas. Este fim-de-semana, das pelo menos 127 pessoas que a partir do Senegal tentaram chegar às ilhas Canárias, em Espanha, apenas 25 foram salvas por pescadores, junto a cidade senegalesa de Saint-Louis. Como habitualmente, viajavam numa embarcação sem as mínimas condições de navegabilidade.

O testemunho dos sobreviventes é igual ao de todos os outros registados em idênticas tentativas. A embarcação virou-se e a maioria dos africanos morreu afogada. Muitos outros, segundo os depoimentos recolhidos pelas autoridades, já tinham morrido à fome e à sede, durante a tentativa de travessia.

Os sobreviventes contaram que a viagem, cujo destino prometido era as Canárias, teve início no passado dia 3, a partir de Casamança, uma região do sul do Senegal, mas que fora abortada pouco depois devido ao mau tempo junto a costa do Marrocos.

Numa outra tentativa, uma embarcação arribou, na quarta-feira, à praia de Yoff, nos arredores de Dakar, com 30 pessoas a bordo que pertenciam a um outro grupo que também tentava chegar a Espanha.

As repatriações de clandestinos realizadas por Espanha, entre Setembro e Outubro, no âmbito da Operação Frontex (iniciativa conjunta de Espanha e do Senegal, para travar o fluxo migratório ilegal para as Canárias), bem como as más condições meteorológicas, reduziram drasticamente as saídas de embarcações a partir das costas senegalesas.

Sobreviver, eis a questão

Todavia, as crescentes dificuldades de sobrevivência em muitos países africanos levam muita gente a, com risco da própria vida, tentar chegar à Europa, dando corpo a tese de que ficar é continuar no inferno.

Segundo os últimos dados disponíveis, mais de 30 mil pessoas chegaram desde Janeiro às Canárias procedentes do Senegal, Gambia, Guiné-Bissau, Cabo Verde, Mauritânia e Marrocos. No mesmo período, cerca de cinco mil senegaleses foram repatriados. Mas estes são os números dos vivos, porque cerca de três mil terão morrido na desesperada tentativa de pisar solo europeu.

A imigração clandestina, sobretudo oriunda de países subsarianos constitui um dos marcos europeus deste ano, atingindo, sobretudo, Espanha, onde 8,8% da sua população são imigrantes.

O facto de ser a fronteira sul da União Europeia e ter um bom desempenho económico aparece aos olhos dos famintos africanos como um oásis que está bem perto, apenas a 14 quilómetros do estreito de Gibraltar, um local que durante muitos anos foi a principal porta de entrada para milhares de pessoas que procuravam sonho europeu.

Caixa (secundária na disposição da página)

Uma força à economia

Cerca de 3 milhões de estrangeiros, sobretudo latino-americanos, têm visto de residência em Espanha, segundo o Observatório Permanente da Imigração, o que corresponde a mais 4,9% do que em 2005. Os estrangeiros em situação irregular devem rondar 1,6 milhões, sendo que o governo regularizou em 2005 cerca de 800 mil "imigrantes ilegais". A questão divide os dois principais partidos. O PP considera que legalizar imigrantes é abrir as portas de Europa a todo tipo de gente, mas o PSOE afirma que são uma adicional fonte de riqueza que, ao mesmo tempo, combate a economia paralela. Um recente estudo revelou que a Espanha cresceu em média 2,6% ao ano, nos últimos dez anos, graças a contribuição dos imigrantes. Sem eles, o Produto Interno Bruto espanhol teria caído 0,6%. Com menos de 10% da população total da UE em 1995, Espanha foi responsável

por cerca do 30% do crescimento total de população europeia. Em cada 100 novos moradores da Europa, mais de 25 são estrangeiros instalados na Espanha.

Jornal de Notícias, segunda-feira, 18 de Dezembro de 2006, pp. 35.

Ver o design através do jornalismo: porque investigar a imagem midiática do design

Patrícia Amorim (Universidade Federal de Pernambuco)

pat.amorim@gmail.com

Sumário

A presença do design na mídia vem se tornando cada vez mais freqüente e diversificada. O público, por sua vez, contrói a partir do que os meios de comunicação projetam como sendo design e consumo de design, suas próprias idéias e concepções sobre o tema. Diante do poder e da ação cotidiana que a mídia, o design e o consumo exercem dentro das sociedades capitalistas contemporâneas, este trabalho vem defender a relevância de se investigar a representação jornalística do design e do consumo do design elaborada pelas revistas semanais de atualidades.

Abstract

The presence of design in the media is becoming more frequent and diversified. The public, on its side, builds its own ideas and conceptions on design and design consumption from the media's perspective. Considering the power and daily action that media, design and consumption perform on contemporaries capitalist societies, this work comes to defend the relevance of investigating the journalistic representation of design and design consumption elaborated by weekly news magazines.

Introdução

Na edição de 26 de outubro de 2005 da revista *Veja*, a repórter Bel Moherdaui e o designer francês Phillipe Starck entabularam a seguinte conversa:

> **Existe um consumo excessivo de design atualmente?**

> Com certeza. Design não é mais prioridade – acho que sua era acabou. Mas os ideais e as batalhas continuam. Uma das batalhas que eu travo há vinte anos e ainda não acabou é a defesa do design democrático. Não aceito que ele seja uma coisa de rico. Quero que produtos acessíveis sejam comprados por todos. Portanto, o aspecto do design que ainda permanece é o humano, o político. Não se trata mais de estética e tendência.
>
> **A disseminação do conceito de design não criou justamente a superexposição?**
>
> Sim e não. As pessoas já sabiam o significado de Jean-Paul Gaultier e Chanel para as roupas, mas não sabiam o significado disso aplicado a móveis. Agora estão aprendendo, e isso é muito bom. Por outro lado, se há excesso de exposição, a culpa é de vocês da mídia, que sempre falam demais sobre um mesmo assunto. Não façam mais entrevistas sobre isso, oras. Eu nem gosto de falar sobre design. Você é que está me fazendo falar (MOHERDAUI, 2005:125).

À primeira vista, o humor irritadiço do entrevistado empresta um tom de comicidade a esse diálogo que esbarra em assuntos polêmicos como o "consumo excessivo" e a "disseminação do conceito" de design. O ponto de ebulição, no entanto, é atingido quando Starck fala a respeito de uma "superexposição" do tema, da qual a mídia seria a culpada. Nesse instante, é curioso ver o maior dos "designers-celebridade" – título atribuído a ele por colegas e pela imprensa que o consagrou – denunciar de modo tão inflamado a cada vez mais crescente e diversificada presença midiática do design.

Irascibilidade e contradições à parte, o fato é que Starck, muito oportunamente, lança o foco sobre a relação entre design e mídia. Relação esta que, na verdade, vai muito além do "sempre falam demais sobre um mesmo assunto". Segundo Kellner (2001:10), a importância da mídia está principalmente na "maneira como ela molda a vida diária, influenciando o modo como as pessoas pensam e se comportam, como se vêem e vêem os outros". Nesse sentido, o discurso da mídia sobre

design pode ser considerado uma das principais fontes onde o público em geral mantém contato com esse universo, formulando noções próprias sobre design ou (re)apropriando formas de consumi-lo, por exemplo. Esse fenômeno, portanto, ultrapassa a mera questão freqüencial e quantitativa apontada por Starck. O fato é que não se trata apenas de saber quais veículos de comunicação e o quanto eles têm-se dedicado à cobertura do design. É necessário perguntar, sobretudo, qual o conteúdo dessa imagem ou representação produzida pela mídia. Como ela entende e projeta o design para sua audiência?

1. Midiatizando o design

Desde a década de 80 percebe-se um interesse crescente dos meios de comunicação em torno do design (JULIER, 2000). Sejam eles de natureza impressa, eletrônica ou, mais recentemente, digital. Com o advento da internet, por exemplo, houve uma expansão da quantidade de notícias, informações e fóruns de discussão sobre o tema. A mídia virtual passou a oferecer, com uma acessibilidade até então inédita, desde as últimas novidades sobre design até dados recônditos sobre sua história. E mesmo se levando em conta questões colaterais como a fiabilidade das informações online, é preciso reconhecer a importância desse espaço na divulgação, na crítica, nos negócios, no consumo e na interação entre membros de instituições de ensino e pesquisa, do mercado e de associações de classe ligados ao design. Tudo isso circulando através de portais, sites e blogs, numa perspectiva global.

Dentre os veículos eletrônicos, nem mesmo o rádio se furtou à cobertura do tema, sendo possível, inclusive, citar o programete CBN Design, veiculado no ano de 2006, pela emissora brasileira JC/CBN Recife. É na televisão, entretanto, que o design tem encontrado uma de suas mais poderosas vitrines. Entre as produções de destaque no país nos últimos tempos estão a revista eletrônica *MaisD* e o quadro *Decora Brasil* do canal por assinatura GNT, além dos *reality shows* *Minha casa, sua casa* (*Changing rooms*), *Enquanto você não vem* (*While you were out*) e *Extreme Makeover: Reconstrução Total* (*Extreme Makeover: Home Edition*), exibidos pelo canal de tv a

cabo *People + Arts*. Embora compartilhem a mesma fórmula baseada na tríade design, arquitetura e decoração, esses *tv shows* se dividem em duas categorias distintas. O *MaisD* é um programa temático, concentrado nas novidades do setor, em visitas a locais reconhecidos por seu design e em entrevistas com designers e pessoas famosas que aproveitam para mostrar suas casas. Já os *reality shows* estrelados por designers exibem esses profissionais em ação, comandando a reforma de um cômodo, jardim ou até mesmo de uma casa inteira. O site do *People + Arts,* por exemplo, descreve da seguinte maneira o *Extreme Makeover*: *Reconstrução Total*:

> O programa foi inspirado no bem-sucedido "Extreme Makeover", sobre transformação de rostos e corpos que iniciou a era dos reality shows protagonizados por cirurgiões-plásticos. Mas o que há de mais memorável em "Extreme Makeover: Reconstruçao Total" é a transformação concreta da vida das pessoas tocadas pela varinha mágica dos designers (PEOPLE AND ARTS, 2006).

Fica latente nesse exemplo, a tendência em abordar o design na tv pelo viés do infoentretenimento, inserido numa dinâmica que privilegia o espetáculo e a estetização. Aí o processo de design ganha os contornos de uma narrativa recheada de dramas onde estão presentes a genialidade dos designers, a exuberância das reformas executadas, a iminência do final do prazo, os problemas com fornecedores ou o receio em não atender às expectativas da família. Diante disso está o telespectador e "voyeur", segundo Morin (2005:71), participando "dos mundos à altura da mão, mas fora do alcance da mão", obtendo prazer e satisfação social num programa de tv onde o design é o principal substrato.

Marcado por tal complexidade, não causa surpresa saber que o meio televisivo foi um dos primeiros veículos de representação midiática do design a despertar o interesse de pesquisadores. Entre os

pioneiros nesse tipo de estudo está Springer, com um trabalho publicado em 1991, analisando os primeiros programas de tv sobre design no Reino Unido, surgidos na década de 80. Segundo ele, design era a palavra da moda já há algum tempo, na Europa e nos Estados Unidos, até que finalmente a televisão o reconheceu. “E não era comum à mídia de massa demorar tanto a descobrir uma ‘virada cultural’” (SPRINGER, 2007).

Em sua pesquisa, Springer observou que enquanto a série *Design Classics,* produzida pelo canal *BBC*, mantinha o foco na história do design contada de forma linear, o programa *Design Matters*, do canal independente *Channel 4*, dava prioridade ao processo de design em si. Em suas conclusões, Springer (2007) assinala que essas diferentes abordagens televisivas refletiam, na verdade, um nível de inconsistência que espelhava a incerteza sobre design e seu significado para a cultura e a economia britânica.

O design na tv também é tema do trabalho de Lloyd (2002), onde a intenção era perceber como a televisão representava o processo de design. Nessa pesquisa foram analisados episódios do programa *Designs on Your... Bra/Loo/Car* transmitidos pelo *Channel 4,* em 1998, onde os designers Richard Seymour e Dick Powell eram convocados a desenvolver produtos reais para clientes de verdade. Através desse estudo, Lloyd constatou que embora o processo de design fosse representado em sua forma tradicional, os programas traziam a importante mensagem - às vezes implícita - da preponderância dos fabricantes na decisão final dos projetos. Ou seja, segundo o autor, a televisão estaria acrescentando mais um capítulo à representação do processo de desenvolvimento de produtos. Seriam os executivos da indústria, e não os designers, que de fato decidiriam se um conceito se tornaria um produto vendável e, portanto, consumível.

Além da tv, no entanto, o design e o consumo do design têm ocupado cada vez mais as páginas de diversas publicações impressas, no Brasil e no mundo. Nos principais jornais do país, por exemplo, os suplementos femininos e os cadernos de cultura foram particularmente importantes na cobertura desses temas. Dentro desse segmento editorial chama a atenção o caderno *Final de Semana*, do jornal *Gazeta Mercantil*, durante as chefias de Daniel Piza e Rosane Pavam. Nesse período, início

dos anos 2000, era publicada a seção *Design*, conduzida pela jornalista Adélia Borges, que ainda assinava a coluna *Contemporânea* dentro dessa mesma seção. Espaço ainda lembrado por designers e leitores em geral como um dos mais significativos que o design já ocupou dentro da mídia impressa nacional.

E é na seara do jornalismo impresso, e não na da televisão, que têm se fixado as raras pesquisas sobre a representação midiática do design no Brasil. Como exemplo, faz-se referência aqui ao trabalho de Reyes, publicado em 2002. Neste estudo, a autora trata do agendamento do tema design na mídia brasileira no ano 2000, comparando-o com o agendamento de associações profissionais e de ensino e pesquisa em design durante o mesmo período, buscando diagnosticar sobre o que se falou em termos de design no período em questão.

Embora os principais jornais do país tenham mantido o design em pauta com freqüência nas últimas décadas, as revistas, especializadas ou não, também se consagraram como grandes passarelas para o tema na categoria impresso. Nas bancas de revista, uma profusão de títulos dedicados exclusivamente ao design de interiores, de produto, gráfico, digital, de moda e demais habilitações, divide prateleiras com revistas femininas, masculinas, adolescentes, sobre saúde, fofoca, negócios e tantas outras mais. A maioria delas reservando alguns centímetros quadrados de cada edição para mostrar a nova tendência em móveis, o mais recente e extravagante projeto de design de hotéis, o jogo de panelas de grife da atriz de novelas ou o carro de última geração que o leitor muito provavelmente nunca irá dirigir. Tudo isso desde as páginas da internacional e cultuada *Wallpaper* à popularesca *Sou+Eu*.

Embutido nessa pletora de leituras midiáticas sobre design e orientações de consumo está o segmento de revistas de informações ou atualidades, onde, no Brasil, figuram publicações como *Veja*, *IstoÉ* e *Época*. Um nicho, que por conta de suas características, é especialmente fértil para a investigação da imagem midiática do design no país.

2. Design e representação midiática nas revistas de atualidades

Os semanários, como também são conhecidas as revistas de atualidades, têm como foco principal noticiar os principais fatos da semana, abrangendo áreas como política, economia, ciência, tecnologia, comportamento, religião e, também, design e consumo. Esse tipo de publicação, cuja atenção se divide entre as mais variadas temáticas do cotidiano, também se dirige a um público igualmente amplo e diversificado, devendo comunicar de forma simples e objetiva. Assim, por mais que seu quadro de jornalistas seja distribuído em editorias específicas e parte expressiva de sua audiência possa se concentrar em um determinado estrato, é possível afirmar que nelas continua prevalecendo o caráter de veículo de massa. Vislumbrando o design dentro dessa perspectiva, obtém-se como cenário uma revista não-especializada, falando sobre design para um público que necessariamente não possui conhecimento prévio sobre o assunto.

Esse ponto é de extrema importância para o entendimento do que é defendido aqui. Acredita-se na relevância de investigar não só a representação midiática produzida por revistas de design, onde se espera que a redação possua certo domínio sobre o tema e os leitores, caso não sejam da área, configurem-se pelo menos como notórios interessados. Mas também verificar como uma revista de atualidades de grande circulação assimila o design dentro de sua rotina jornalística, expondo a imagem resultante ao grande público, muitas vezes leigo no assunto. Em essência, é transferir o olhar do pesquisador das problemáticas endógenas do campo do design para seus extremos. Para onde o entendimento acadêmico e profissional sobre design se esvanesce, fazendo fronteira com o senso comum. E é justamente nesse limite que essas revistas atuam. Afinal, como bem lembra Correia (2006:6):

> A força dos *media* reside na sua capacidade de re-territorializar as culturas e os consumos, as mensagens e as referências, conferindo-lhe um cunho de quotidianidade e naturalidade. Nesse sentido, sob o ponto de vista temático, os *media* lidam com realidades múltiplas ao

> suscitarem a interacção entre o dia a dia e os campos especializados. Na síntese do quotidiano, procede-se a uma descontextualização de imagens que ajudam a formar e a transformar a percepção quotidiana das sociedades.

No segmento de revistas de atualidades, o título que mais se destaca no Brasil é *Veja*, considerada a maior revista de informação semanal do país nos dias atuais. Com circulação de 1.130.753 exemplares impressos[107] e 3.890.000 leitores[108] no Brasil, *Veja* está entre as maiores publicações do mundo, ficando atrás apenas das americanas *Time*, *Newsweek* e *US News and World Report*.
Ao longo de seus 39 anos, *Veja* tem-se firmado como um dos veículos de comunicação impressa de maior influência na sociedade brasileira. Suas páginas funcionam como guia, mostrando fatos que foram notícia durante a semana, enquadrando conceitos, sublinhando comportamentos e emitindo juízos de valor que irão ajudar a formar a visão de mundo de um amplo e variado espectro de leitores. Assim como a televisão, acredita-se que a cobertura jornalística de *Veja* esteja contribuindo significativamente para a construção da imagem midiática do design e de como ele é consumido. Talvez até mais do que a própria televisão, visto que, no contexto brasileiro, ainda são os canais por assinatura, e não a tv aberta, que produzem e exibem programas focados em design.

Conclusão

Conjugar design e comunicação num mesmo estudo resulta da bagagem acadêmica e profissional desta pesquisadora, cuja formação e atuação nas duas áreas promoveram as indagações que culminaram neste trabalho. Entretanto, a importância e a onipresença do design, da mídia e do consumo no cotidiano das sociedades ocidentais contemporâneas são, por si só, razões indiscutíveis para que estudos como este se realizem.

[107] Fonte: Mídia Kit/IVC – Outubro 2006.
[108] A projeção do total de leitores no Brasil, no entanto, é de 7.635.00. Fonte: Mídia Kit. Editora Abril. Base Marplan 2º sem 2005 e 1º sem 2006 / IVC.

Isolados ou atuando de forma simbiótica, os três campos enunciados acima interferem e sofrem interferências profundas dos núcleos econômico, social e cultural do mundo moderno. Numa era marcada pela hegemonia da lógica capitalista, do individualismo e do culto à beleza e à aparência – chamada por teóricos de "cultura de consumo", "cultura midiática", "cultura da imagem" e termos afins – torna-se fundamental entender de que forma jornalismo, design e consumo interagem no contexto da representação midiática.

Principalmente no Brasil, no início de século XXI. Nesse período o país adentrou uma fase de estabilização econômica promovida pelos governos Fernando Henrique Cardoso (1995 a 2002) e Luiz Inácio Lula da Silva (desde 2003). Mas ainda assim não foi suficiente para atenuar uma das faces mais duras do país: o profundo abismo existente entre ricos e pobres e a classe média cada vez mais sob pressão. Diante desse panorama, torna-se relevante identificar como Veja - cujos leitores se distribuem entre as classes A e E - representa o design e o modo como ele é consumido. Esboça-se aí um caminho pertinente para se descobrir qual a face do design e do consumo do design a receber a projeção da grande mídia, num país de necessidades, desejos e poderes aquisitivos tão diferentes.

O design enquanto profissão e área do conhecimento tem, portanto, neste tipo de trabalho, a oportunidade de encarar mais atentamente um de seus reflexos midiáticos. Reflexos marcados por distorções inevitáveis sejam elas a visibilidade predominante sobre alguns assuntos, discursos tendenciosos favorecendo a determinados interesses, relatos limitados e, às vezes, até mesmo equivocados. Que por fim, independentemente de seu grau de fidedignidade, contribuem de fato para a construção das expectativas de aspirantes a designers, de clientes e da sociedade em geral em relação a esta profissão e os que a praticam. É importante lembrar ainda que, no caso do Brasil, essa contribuição midiática é potencializada, visto que, no país, o design ainda é uma profissão nova e pouco conhecida.

Em contrapartida, identificar as incongruências existentes entre o seu próprio campo e a representação fabricada pela mídia provoca reflexões e fornece aos designers aquilo que Kellner

(2001:20) chama de “poder sobre seu ambiente cultural”. O incômodo diante dessas incongruências pode fazer emergir questionamentos de diversas naturezas. Uma delas diz respeito a uma auto-reflexão do próprio campo e de como ele tem se transformado em função da interação com a esfera midiática e a interface que ela realiza junto à audiência. A outra indaga sobre como o design e os designers têm se utilizado da mídia e de que forma essa comunicação pode ser equalizada no sentido de melhor representar as diversas nuances da área. Mais uma vez remetendo a Kellner (2001), este poderia ser o momento de “inspirar a mídia” na produção de novas formas de representação do design e de seu consumo, em favor de uma sociedade mais democrática, igualitária e “realmente multicultural”.

Bibliografia

CORREIA, João Carlos. (2006). A representação jornalística da doença: mecanismo de controlo social e espaço de mediação entre a ciência e a vida quotidiana. [On-line]. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-representacao-jornalistica-da-doenca.pdf. Consultado em 20 de novembro 2006.

JULIER, G. (2000). *The culture of design*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

KELLNER, D. (2001). *A cultura da mídia*. Bauru: EDUSC.

LLOYD, P. (2002). Making a drama out of a process: how television represents designing. *Design Studies*, v. 23, n. 2, pp. 113 – 133.

MOHERDAUI, B. (2005). Gênio da desmaterialização. *Veja*, n.º 1928, pp. 125.

MORIN, E. (2005). *Cultura de massas no século XX: neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

PEOPLE AND ARTS. (2006). Extreme makeover:reconstrução total. [On-line]. Disponível em http://www.peopleandartsbrasil.com/extreme_decoracao/. Consultado em 28 de novembro de 2006.

REYES, M. (2002). *Design Hoje: sobre o que se fala? Agenda Brasil 2000***.** Porto Alegre, RS: 2002. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Departamento de Comunicação Social, PUC/RS.

SPRINGER, P. (1991). *Framing design: "design or Design?"; What happened to design when it went through the television cameras in the 1980s'***.** London, UK: 1991. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Royal College of Art.

___. (2007). *More information about your MA thesis* [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <pat.amorim@gmail.com> em 8 jan. 2007.

Na busca de uma identidade profissional: uma conversa sobre o fim, o novo e jornalistas em crise

Maíra Mahfuz Ribeiro (Universidade do Minho)

giornalistamaira@gmail.com

Sumário

Proponho ensaiar sobre alguns dos questionamentos que muitos jornalistas colocam-se ao longo do próprio percurso individual. Uma busca por respostas sobre identidade, novas tendências e do possível fim do jornalismo. Um terreno muito amplo onde procurei reunir algumas opiniões e estudos realizados basicamente na esfera européia.

Abstract

I consider to assay on some of the questionings that many journalists place it the long one of their individual passage. A search for answers on identity, new trends and the possible end of the journalism. A very ample land where I looked for to congregate some opinions and studies carried through basically in the European sphere.

Jornalista. Uma profissão que oscila na sua definição. Onde na vertical (y) temos a nossa afirmação como profissionais qualificados, estruturados dentro de uma hierarquia organizacional e regulados por um código deontológico. E na horizontal (x), a irrefreável linha do tempo. Do século XIX ao XXI, aparentemente uma simples troca de números romanos, mas uma complexa mudança e profunda transformação do fazer jornalístico. Passamos da ascensão gradual na definição de quem é o "jornalista" ao que acredito ser o início de um suave declínio. Não que a subida indique o ideal e

vice-versa. Do empirismo à especialização. Da especialização ao cidadão. Quase como uma volta as raízes, do povo para o povo. Um momento sem grandes respostas sobre o futuro, e sim, de grandes perguntas. “Diante do panorama da mudança (...) são múltiplos e até contraditórios os sentimentos, os discursos e os comportamentos” (Pinto, 2001).

E as perguntas: que profissão é essa, de jornalista? Existe uma receita para sermos jornalistas? As discussões sobre quem é, como deve ser um jornalista, ou sobre o que é jornalismo, certamente, beiram a exaustão. Talvez não do ponto de vista das conclusões, mas no âmbito das opiniões.

Para Denis Ruellan, “o jornalismo é mais do que uma atividade: é um grupo”. Segundo o autor, em seu texto *Grupo profissional e mercado de trabalho do jornalismo*, o termo profissão deveria ser evitado por acreditar que este seja codificado, fechado e estático. “Pensar os jornalistas como um '*grupo profissional'* consiste, antes de tudo, em escapar a uma representação ideal-típica das '*profissões'*, herdada da corrente funcionalista” (Ruellan, 1997).

Mas e o jornalismo, por princípio, não é funcionalista? O estudo da comunicação nada mais é do que trabalhar os fatos sociais sistematicamente, descrevendo e estudando-os levando em conta seu contexto e sua interdependência. E dentro deste quadro de análise, se tudo o que ocorre num sistema social contribui para a manutenção e o equilíbrio dele, assim também faz o jornalismo.

Na minha opinião, não ver o jornalismo como profissão é enfraquecê-lo. Do latim *professione*, podemos encontrar infinidades de definições ou “sinônimos”: ato ou efeito de professar, declaração ou confissão pública de uma crença, sentimento, opinião ou modo de ser; atividade ou ocupação especializada, e que supõe determinado preparo; ofício; que encerra certo prestígio pelo caráter social ou intelectual; carreira; meio de subsistência remunerado resultante do exercício de um trabalho; confissão (Novo Dicionário Eletrônico Aurélio, versão 5.0).

O caráter evolutivo de uma atividade nunca foi estancado pela sua definição como profissão, pelo contrário, o termo profissão veio doar à atividade sua força e importância social. Entendo fazer um exemplo banal, mas que pode ilustrar melhor, em modo muito simples, esta afirmação. A medicina nos seus primórdios, bem como todas as profissões, fez do empirismo a alavanca para o seu

desenvolvimento. No início, os médicos que atuavam não possuíam uma sistemática formação, trabalhavam movidos pela curiosidade e pela experimentação das técnicas. E não foi por definir a medicina como profissão que ela deixou de evoluir.

Nos nossos dias, não ver a medicina como uma profissão é ao quanto bizarro. E no meu entender o mesmo acontece como o jornalismo. Temos que começar a valorizarmo-nos como profissionais. Nenhum médico faria a pergunta: medicina é uma profissão? É intrínseco a ele, ao ato de ser médico. Para fazermos jornalismo precisamos dominar técnicas, termos um código de ética, atuarmos com responsabilidade social.

Ver o jornalismo como um "universo fluido", como sugere Ruellan, não significa abandonar a busca de uma identidade profissional. Adotá-lo como "uma vocação mestiça" (Ruellan, 1997), híbrida é condená-lo ao seu ocaso, esterilizando-o. Delimitar um território não significa levantar muros. Definir uma profissão significa sobretudo dar-lhe um rosto, possibilitando um fluxo de experiências e de conhecimento. Entretanto, para Mário Mesquita, adotar uma definição exigente de jornalismo poderá gerar "à sua volta terrenos devolutos que serão facilmente ocupados por outros setores e discursos". Mas creio sejam estas "fronteiras dos territórios do jornalismo" (Mesquita, 2005), mesmo que incertas, que poderão ajudar-nos a identificar alguns pontos básicos comuns para o inquietante exercício do jornalismo.

Definir o jornalista é definir o jornalismo, e se este está em crise é porque o outro sente-se em crise. Natural, arriscaria dizer. Ouve-se falar com muita frequência na crise do judiciário, do legislativo, dos professores, dos motoristas... é a sociedade que está em crise, o humano nas instituições. Estamos todos conectados pela mesma melancolia, de um "tempo congelado", como definiu Debord.

Então quais são as ferramentas que constroem um jornalista? Em um estudo sobre a comunicação na Itália, realizado em 2001, as características de um bom jornalista são a *curiosidade* (50,6%); o *equilíbrio* (28,6%); a *paixão* (18,5%) e a *frieza* (2,4%). No mesmo estudo, na percepção sobre o papel da profissão, 71% dos jornalistas entrevistados define como *importante para a sociedade*. A

pesquisa apontou também que apenas 10,7% frequentaram uma *escola de jornalismo* e 52% acreditam na *vocação* como motivação para a escolha desta profissão (Censis, 2001). Já os estudos realizados na Espanha em 1999, revelaram que 70% dos jornalistas madrilenos entrevistados pelo CIS possuem uma licenciatura em Comunicação (Ortega e Humanes, 1999).

Obviamente a esta pergunta não existe uma única resposta correta. E desta geram-se várias outras discussões e estudos, principalmente nos Estados Unidos e Alemanha, sobre a grade curricular das universidades para os cursos de Comunicação. Na Espanha, em 1991, o Ministério da Educação e Saúde definiu alguns objetivos para as licenciaturas no estudo do Jornalismo: "proporcionar uma formación especializada en el ámbito de la elaboración, gestión y difusión de la actividad informativa periodística, em sus diversos ámbitos temáticos y en los distintos medios de comunicación" (in Ortega e Humanes, 1999).

Não pretendo entrar na discussão curricular, mas faço uma pequena reflexão. Queremos formar jornalistas que saibam produzir peças jornalísticas ou queremos formar profissionais capazes de pensar, que saibam colher os fatos sociais com capacidade crítica para interpretá-los? Acredito que a resposta poderia ser uma soma das perguntas. Se estamos caminhando para um profissional *convergente,* as escolas de jornalismo devem estar preparadas para isso. "En primer lugar, los programas deberán ser flexibiles para poder ajustarse a los cambios extremamente rápidos que se están produciendo en el sistema de los medios y en general em las sociedades actuales" (Ortega e Humanes, 1999). Se o jornalista do futuro terá novos meios, novas linguagens, novos desafios e novas regras, é nosso dever como formadores em Comunicação ajudá-lo a superar todas as barreiras que encontrará (Nati Ramajo Hernández, 2000).

Porém, alguns resultados da pesquisa feita em 1999 através da colaboração entre a Universidad Complutense de Madrid e a Universidad de Salamanca, revelaram alguns pontos preocupantes. Foram entrevistados 190 estudantes de jornalismo, entre o segundo e quarto ano, e quando questionados sobre as razões que consideram relevantes para o estudo do jornalismo, aspectos como

'*estilo de vida dos jornalistas'* e '*poder de influenciar as mudanças sociais'* foram apontados como mais importantes do que '*servir a sociedade'*.

E quando falamos sobre os aspectos pessoais que envolve a nossa relação com a profissão, o estudo italiano aponta contradições interessantes sobre o percurso individual dos jornalistas, onde 46,8% vêem uma perspectiva de carreira sem notáveis variações, mas quando interrogados sobre o futuro da profissão em um modo geral, apenas 11,2% responderam que os jornalistas continuarão como são hoje.

Estas contradições e as dificuldades em ver além do próprio umbigo muitas vezes é reflexo da nossa crescente individualização, de construções segmentadas que dificultam uma visão panorâmica dos acontecimentos e uma avaliação causa-efeito mais lúcida. Somos espelho de uma sociedade plural e ambígua. Sociedade de imagens, do "espetáculo" (Debord, 1991). E o jornalismo, ou melhor, os jornalismos borbulham expectativas e geram mais perguntas, nesta euforia latente.

É inegável que estamos acelerados. Redações que precisam preocupar-se em preencher os espaços em branco, onde um "bando" de jornalistas digladiam-se por "pseudo-eventos" (Boorstin, 1961). Onde a notícia fresca ainda debate-se ensanguentada nos jornais. Publicações quentes e cruas, fruto de um ritmo alucinante. Paradoxalmente, pautas para a semana, greves organizadas, manifestações com hora marcada, salas de imprensa. O mundo quer servir os jornalistas, conhece suas fraquezas, destes "poupadores de tempo" (Hendel, 1984).

E aqui entramos no futuro, a produção de conteúdos está invadindo as redações. Se a tendência dos "nuevos medios del siglo XXI serán productos digitales, multimedia e interactivos" (López, 2002), o jornalismo precisará de um apoio logístico-informacional. E as opiniões sobre o futuro da profissão são relativamente convergentes e apontadas no estudo italiano de 2001, onde 62,1% dos jornalistas acredita no crescimento em 'recorrer aos *service* e a provedores de conteúdo' (Censis, 2001). Por um lado a facilidade da informação em pacote, por outro o risco do monopólio da informação. Acredito que a utilização dos provedores vem para sanar as dificuldades de "convergência" dos jornalistas, ou seja, de uma adaptação não tão imediata quanto a necessidade do

mercado de profissionais "polivalentes". As dificuldades adaptativas são consequência de uma contradição na definição do perfil do jornalista. Basicamente, há aqueles que defendem que o jornalista, por princípio, deve ser polivalente e os que acreditam que a polivalência gera superficialidade e falhas qualitativas na produção jornalística (Pinto, 2001).

Mas a corrida é contra o tempo e sentimo-nos engolidos por esta roda de laboratório, como ratos que repetem fórmulas, enquadrados, enjaulados, formatados. E continuamos acelerados, anestesiados pelo pouco tempo para refletir, pelo reduzido espaço para nos locomover, pela pressão do resultado. E "esta tal objetividade" (Mesquita, 2003), *meta a alcançar* para 55% dos italianos (Censis, 2001), onde fica?

Para José-Luis Albertos, se o jornalismo continuar a trabalhar com a lógica de *new business*, "la Humanidad estaría entonces en el trance de ver la desaparición del periodismo de la faz de la tierra" (Albertos, 1999). Obviamente, a opinião apocalíptica de Albertos é baseada em uma visão fundamentalmente econômica. Alargando um pouco mais o campo, conseguiremos ver o que Mesquita chama de "atual contexto comunicacional" que, sendo "dominado por interesses econômicos, financeiros e tecnológicos, as formas de expressão (...) tendem a desenvolver-se em múltiplas direções (...)" e conclui dizendo que "no seio do ambiente comunicacional e mediático, vários domínios da comunicação se imbricam e confundem, num universo caótico, embora obediente às lógicas econômicas que lhe subjazem" (Mesquita, 2005).

É partindo deste ponto de vista que analiso a influência dos *new media* e da *internet* na construção e manutenção do jornalismo atual. Para os italianos, 54,2% responderam que preferem a atual posição do que migrar para o *online,* mas para 55% a introdução da *internet* e dos *new media* no campo da informação é uma *inevitável mudança*. Um percentual de 64,5% consideram *internet* um meio rápido para encontrar informações (Censis, 2001). Para López, "internet ha alcanzado la categoría de herramienta imprescindible para los periodistas y de herramienta útil para importantes sectores de la sociedad" (López, 2002).

Em Portugal, o inquérito realizado pelo INE/UMIC sobre a Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias, apresenta dados espantosos. No período entre 2002 e 2006 o número de computadores por agregado doméstico cresceu em 67%, enquanto o de portáteis em 400%. O estudo não aponta a utilização da internet nos lares portugueses, mas mostra uma janela sobre a penetração das TIC. Em um estudo realizado por região, aponta que nos lares europeus a utilização da internet passou de 14,7% em 2000 para 33,2% em 2004, segundo dados da UNCTAD, com base em dados da ITU World Telec. (database 2005).

O jornalismo online é o presente. E é do presente que deve ocupar-se o jornalismo, do que está *in actu.* Temos que viver as novas tecnologias como possibilidades de exercer um serviço público mais eficaz, sem perder de vista a ética e o cumprimento de um código deontológico sério e comprometido socialmente. E quanto a previsão de Albertos sobre o fim do jornalismo em 2020, como consequência do *new business* da comunicação, prefiro ficar com a citação de López :*"Lo que parece evidente es que el trabajo de los periodistas no desaparecerá, sino que adquirirá más importancia a causa de la centralidad de los contenidos en el nuevo modelo de las empresas multimedia y, en general, a causa del papel de los contenidos en la era digital"* (López, 2002).

Podemos ser flexíveis, talvez não tanto convergente, mas temos uma grande capacidade de adaptação, de leitura e linguagens. Estamos em contato com muitas realidades, desta forma, não creio seja possível um ser que vive de perguntas, acompanhar impassível ao fim da própria profissão.

E se um dia virarmos peça extinta no museu das profissões, estaremos falando de uma um museu para outros seres, não humanos. O fim do jornalismo é o fim da humanidade, e então, o verbo *questionar* não haverá porque existir. Se esta é uma visão romântica e pouco científica, limito-me a dizer que é no *romance* que existe a narrativa, uma linha de sentido, um começo, meio e fim. Enquanto houver a esperança de salvação pela palavra estaremos caminhando para a afirmação e solidificação desta profissão que só existe, porque existe o 'outro' (Steiner, 1993).

Bibliografia

ALBERTOS, José-Luis M., 1999, "El periodismo en el siglo XXI: Mas allá del rumor y por encima del caos", Estudios sobre el mesaje periodístico, n. 5, Universidad Complutense de Madrid, Espanha.

CENSIS, 2001, "Le trasformazioni profonde del lavoro giornalistico", Primo rapporto annuale sulla comunicazione in Italia – Offerta di informazione e uso dei media nelle famiglie italiane, cap.3, Italia.

DEBORD, Guy, 1991 [1967], *A Sociedade do Espectáculo*, Lisboa, Mobilis in Mobile.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda, 2004, Novo Dicionário Eletrônico Aurélio, versão 5.0, 3ª ed., Brasil, Ed. Positivo, Régis Ltda.

HENDEL, Micheal, 1984 [1973], "Momo", Milão, Longesi.

HERNÁDEZ, Nati Ramajo, 2000, *La edición electrónica en España*, Revista Latina de Comunicación Social, n. 34.

LÓPEZ, XOSÉ, 2002, "Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información, Universidad de Santiago de Compostela, Espanha.

MESQUITA, Mário, 2005, "As incertas fronteiras dos territórios do jornalismo", Revista de Comunicação e Cultura, n. 5/6, pp. 5-9.

MESQUITA, Mário, 2003, *O quarto equívoco – o poder dos media na sociedade contemporânea*, MinervaCoimbra.

PINTO, Manuel, 2001, "O jornalismo, os jornalistas e os novos media – contributos para o estudo do caso português", Congresso Ibérico "La sociedad de la comunicación en el siglo XXI", Universidad de Málaga, Espanha.

ORTEGA, Felix e HUMANES, Luisa, "Periodistas del Siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas professionales", Universidad Complutense de Madrid e Universidad de Salamanca, Espanha.

RUELLAN, Dennis, 1997 [1993], “Grupo profissional e mercado de trabalho do jornalismo”, Réseaux, n. 81 CNET, *trad.* Lopes, Felisbela.

STEINER, George, 1993 [1989], Presenças Reais, Lisboa, Presença.

A construção da Europa na imprensa: algumas pistas de reflexão

Ana Isabel Martins (Universidade de Coimbra)

anaicmartins@gmail.com

Sumário

Na presente comunicação procuramos direccionar a pergunta central destas Jornadas – "Porquê estudar o jornalismo?" – para o domínio específico da mediatização da Europa. Adoptando como ponto de partida a influência decisiva dos media nas percepções dos indivíduos em relação à União Europeia, que justifica os desenvolvimentos recentes no âmbito da Política de Comunicação da UE, procedemos a um cruzamento desta abordagem teórica com uma plataforma empírica: a cobertura noticiosa dos referendos à Constituição Europeia em quatro jornais de referência europeus. Dos principais "indicadores" jornalísticos das peças em análise (secção, actores noticiosos, linguagem, entre outros elementos), devidamente ancorados a estudos recentes sobre o tratamento mediático de temas europeus, extraímos um conjunto de princípios que, do nosso ponto de vista, marcam de forma invariável a construção da Europa enquanto objecto noticioso.

1 - Comunicando a Europa

O papel incontornável dos meios de comunicação como veículo de intermediação entre o público e uma Europa comunitária que, inscrevendo a sua actividade em altas esferas de decisão política, é perspectivada como uma realidade complexa e distante do cidadão comum, não constituirá um dado novo para nenhum dos presentes. As consultas regulares à Opinião Pública dos diversos países membros e candidatos à UE, divulgadas no âmbito dos Eurobarómetros, confirmam a função dos media em geral e da televisão em particular como principais fontes de informação sobre a UE (e.g. EOS Gallup, 2002 : 31-32; EORG, 2002: 16-17). No mais recente estudo qualitativo sobre o futuro da Europa, quando questionados acerca de potenciais medidas conducentes a uma maior

participação cidadã na vida comunitária, os inquiridos elegeram os meios de comunicação como actores fundamentais para a concretização deste objectivo. A transmissão de debates no Parlamento Europeu ou de discussões entre especialistas e o lançamento de programas informativos e de entretenimento, incluindo alguns formatos interactivos, figuram entre as principais sugestões apresentadas, a par da proposta, avançada em alguns Estados membros, de criar um canal de TV europeu e um jornal impresso em todas as línguas oficiais (Optem, 2006: 64).

A função dos media como elemento unificador e configurador de uma base comum de discussão europeia tem sido progressivamente enfatizada no âmbito Política de Comunicação da UE. À aprovação, em Julho de 2005, do "Plano de Acção da Comissão para Melhorar a Comunicação sobre a Europa" (CE, 2005), destinado a assegurar uma relação mais efectiva entre a União e o público, seguiu-se a adopção do "Livro Branco sobre uma Política de Comunicação Europeia" (Fevereiro de 2006), onde se procurou esboçar uma visão mais coerente deste campo específico de actividades. Um dos grandes desafios propostos pelo documento radica na urgência de facultar aos cidadãos o "acesso a um fluxo constante de informações comuns para poderem apreender a dimensão europeia dos problemas comuns" (CE, 2006: 10).

Parece-nos que a preocupação de sensibilizar a população para a Europa, integrando-a activamente nas discussões comunitárias, foi particularmente sentida na problemática do Tratado que estabelece uma Constituição para a Europa. Com efeito, este pretende-se, desde o primeiro momento, um projecto indissociável do Espaço Público, como veremos de seguida.

2 - Referendos à Constituição Europeia: um exemplo representativo

A tentativa de superar o alegado "défice democrático" da UE, reconhecido por vários autores (e.g. Meyer, 1999) e de, simultaneamente, estimular a participação cidadã no âmbito de um debate europeu, constitui um traço omnipresente ao longo das fases de preparação, negociação e ratificação constitucional, inclusive após o congelamento desta última etapa na sequência do "não" francês e holandês nos respectivos referendos.

Quando, em Dezembro de 2000, o Conselho Europeu de Nice concluiu um acordo sobre a revisão dos Tratados Comunitários, sublinhou a urgência de tornar os textos fundadores da actual União Europeia mais claros e acessíveis. Um ano mais tarde, a Declaração de Laeken retomou as ideias de 'democracia', 'transparência' e 'eficácia' como condições *sine qua non* para a reflexão sobre o futuro da Europa.

Estava lançada a semente da Convenção que, entre Fevereiro de 2002 e Junho de 2003, procurou assumir-se como fórum privilegiado para reunir os actores potencialmente interessados na discussão, através de iniciativas como "1000 Debates sobre a Europa" (conferências e mesas redondas) ou "Cobrindo a Constituição Europeia – Seminário para Jornalistas" (informações dirigidas aos profissionais dos media). Esta campanha de esclarecimento culminou na apresentação do "Projecto de Tratado que estabelece uma Constituição para a Europa", aprovado entre Junho e Julho de 2003 e, após oito meses de conversações em sede de Conferência Intergovernamental, da versão final da nova *Magna Carta* europeia (Junho de 2004).

Seguiu-se o processo de ratificação nos Estados membros, desdobrado nas vias parlamentar (votação pela(s) câmara(s) parlamentar(es) do Estado) e referendária (votação dos cidadãos), ou ainda numa combinação entre ambas. A possibilidade de realizar um referendo reveste-se de particular importância no contexto do nosso estudo, pelo facto de enquadrar a sociedade civil como entidade potencialmente legitimadora e participativa, numa Europa que há muito extravasou as coordenadas económicas como orientação última do seu projecto de unidade. De resto, embora apenas uma percentagem irrisória de deliberações europeias seja legitimada pela consulta à população, assiste-se a um recurso crescente a este mecanismo para decidir sobre questões relacionadas coma adesão, as políticas-chave, o apoio à integração ou os Tratados e documentos constitucionais (De Vreese e Semetko, 2004).

Procedemos, nesta linha de raciocínio, à análise dos três primeiros escrutínios à Constituição Europeia, que tiveram lugar em Espanha (20 de Fevereiro de 2005), França (29 de Maio de 2005) e

Países Baixos (1 de Junho de 2005), no *El País* (EP, Espanha), *Le Monde* (LM, França), *Público* (Pub, Portugal) e *The Guardian* (TG, Reino Unido).

A escolha deste corpus obedeceu a três critérios fundamentais: primeiro, a nossa opção pela imprensa relaciona-se com o pressuposto teórico (e.g. Eichhorn, 1996: 38) de que os jornais, contrariando a tendência fragmentária da televisão, fixam agendas a longo prazo, potenciando um trabalho analítico mais significativo. Em segundo lugar, as publicações inscritas na categoria de "jornais de referência" que, por natureza, enfatizam as grandes questões políticas, desenvolveram competências organizacionais particulares para a cobertura de temas europeus (Meyer, 2002; Trenz, 2002, 2004). Finalmente, os títulos seleccionados representam quatro Estados membros que diferem em termos de tamanho, atitude e expectativas face à integração europeia, favorecendo uma abordagem comparada de cariz transnacional altamente pertinente para o estudo das representações mediáticas da Europa, sempre sensíveis aos vários microcosmos nacionais.

Considerando a peça jornalística como unidade de análise, seleccionámos todos os artigos publicados quinze dias antes e três dias depois da data de cada um dos referendos. Esta amostra divide-se em duas grandes fases: o "Período Espanhol – PE" (de 5 a 23 de Fevereiro de 2005) e o "Período Franco-Holandês – PF" (de 14 de Maio a 4 de Junho de 2005). De acordo com esta separação, classificámos o *El País* no PE e o *Le Monde* no PF como "jornais actores", pelo facto de, nesse momento específico, os referendos representarem uma questão nacional para ambas as publicações. Do mesmo modo, incluímos o *Público*, o *The Guardian*, o *El País* no PF e o *Le Monde* no PE na categoria de "jornais observadores". Como teremos oportunidade de aferir, não estamos em presença de uma simples delimitação temporal, já que a cada um destes "rótulos" correspondem tendências distintas no âmbito da cobertura jornalística.

Embora não muito extenso, este período de análise engloba o desenvolvimento da campanha, o dia da votação e as primeiras – logo, as mais emotivas – reacções aos resultados, o que legitima o seu valor representativo para a reconstrução do olhar da imprensa sobre a ratificação constitucional. É justamente essa mediatização da Europa que tentaremos caracterizar no resto deste estudo,

enunciando alguns princípios que, longe de se nos afigurarem como verdades irrefutáveis, constituem somente pistas de reflexão que importa analisar e aprofundar.

3 - O olhar da imprensa sobre a Europa: alguns traços essenciais

3.1 A Europa como construção simbólica

Mais do que um continente, a Europa é um conceito (Barreno, 2000: 105); mais do que uma área geográfica, é um sistema de valores 'civilizacionais' (Delanty, 1995: 30); mais do que um conjunto de fronteiras físicas, é uma mistura de limites ideológicos e psicológicos (Kevin, 2003: 10); mais do que uma entidade territorial, é um espaço histórico, político e cultural (Risse, 2002: 3); finalmente, mais do que um mero grupo de Estados, é uma ideia de 'comunidade' (Vasconcelos, 1999: 47-48). Não obstante as suas diferentes formulações, as visões do Velho Continente apresentadas por estes autores parecem evocar uma noção-chave no âmbito das teorias do nacionalismo: as "comunidades imaginadas" de Benedict Anderson (1991), cujos membros se encontram ligados por um sentido de pertença e lealdade voluntária.

O primeiro traço fundamental que julgamos reconhecer na cobertura de temas europeus pelos media – com os quais a teoria de Anderson estabelece, de resto, um "ponto de contacto directo" (Schlesinger, 1991: 164) – prende-se precisamente com a percepção da realidade europeia na sua dimensão simbólica. Para isso mesmo apontam expressões cujo uso já se tornou convencional quando se fala da Europa (por exemplo, a ideia da União como uma "família" de Estados) ou a descrição metafórica de episódios marcantes da história comunitária com vista a sublinhar a sua relevância (relembre-se a caracterização do Alargamento a Leste como um "regresso à Europa" por parte dos países que então passaram a integrar a UE).

O trabalho da imprensa em torno dos referendos em Espanha, França e nos Países Baixos também procura explorar estes sentidos, verificando-se uma clara identificação entre o conceito de Constituição Europeia e a ideia de Europa: um "sim" em Espanha é avaliado como uma vitória da

UE e, na sequência da rejeição francesa e holandesa, não é apenas o novo Tratado que está em risco, mas a própria integração europeia.

Durante o PE, este consenso transpõe-se para as notícias sob a forma de metáforas de viagem (Lakoff e Johnson, 1980: 90), que salientam o resultado positivo como "um caminho europeu em direcção à consolidação de uma realidade política unida" (EP 07.02.05), "um percurso para uma Europa que é um processo, uma construção" (EP 14.02.05) ou um "grande passo simbólico" (LM 22.02.05). O *The Guardian* é a única publicação que contrabalança este nível europeu de identidade com preocupações nacionais, lançando por exemplo o seguinte alerta: "embora o veredicto em Espanha constitua uma boa notícia (…), se as pessoas se mostram apáticas na Andaluzia e indiferentes em Toledo, que esperança para Yorkshire ou Aberdeen?" (TG 21.02.05). Isto vem reiterar os pressupostos teóricos, avançados por inúmeros estudos sobre os media britânicos, de acordo com os quais o Reino Unido, em geral, representa um caso especial no tratamento de tópicos relacionados com a UE (Machill et al, 2006: 71) e o *The Guardian*, em particular, ainda que distante das vozes eurocépticas do *Telegraph*, *The Times* ou *Sun*, também não reproduz um discurso "pró-europeu sem quaisquer reservas" (Anderson e Weymouth, 1999: 111).

No PF, a vertente dramática da recusa do Tratado por parte de franceses e holandeses desagua na personificação da Europa, mesmo antes de os resultados serem tornado públicos – "Europa com a corda ao pescoço" (TG 23.05.05); "Europa sustém respiração" (LM 29.05.05); "Europa suspensa" (Pub 29.05.05) – e após o primeiro "não" – "o sonho destruído da Europa" (TG 30.05.05); "Europa sem rumo na tempestade" (Pub 31.05.05), "Europa desestabilizada" (LM 31.05.05).

Por outro lado, desenvolve-se uma retórica de consenso relativamente ao significado do projecto europeu, descrito como um "baluarte contra o fascismo" (TG 23.05.05) ou um "horizonte de esperança, cooperação, paz, resistência económica, sobrevivência social e reforço de valores civilizacionais" (Pub 03.06.05). Esta importância histórica da Europa contrasta fortemente com o período de "Euronilismo" (EP 01.06.05) no qual a "[Constituição] morta se apoderou de uma Europa ainda viva, e 50 anos de integração europeia foram deitados fora" (EP 01.06.05). Com

efeito, a semântica do Tratado "morto" (TG 23.05.05) ou "morto e enterrado" é (EP 25.05.05; Pub 03.06.05; LM 02.06.05) é talvez a mais evidente neste período.

Outra oposição notória prende-se com a negação ao Tratado no contexto de dois países tradicionalmente euro-entusiastas[109]. Neste contexto, a França protagoniza o drama, na qualidade de "membro fundador" (TG 18.05.05), "força motriz da integração europeia desde 1967" (TG 23.05.05), "terra de Direitos Humanos" (EP 01.06.05) e "país do Iluminismo e da Grande Revolução" (EP 01.06.05), bem como da "Liberdade, Igualdade e Fraternidade" (EP 01.06.05). Torna-se interessante notar que estes princípios não são referidos apenas devido à memória do passado gálico; pelo contrário, a sua presença no âmbito de um tópico noticioso europeu convoca de imediato a ideia de "consenso pós-revolucionário da modernidade europeia", postulada por Trenz (2004: 10): uma vez que a Europa nunca viveu a sua própria revolução, tem de "pedir emprestados" os ideais das revoluções francesa ou americana.

Os apelos pelo "sim" do *The Guardian* e do *El País*'– "Votez oui, malgré tout" (TG 26.05.05) e "Oui, s'il vous plait" (EP 28.05.05) – intencionalmente escritos em francês, funcionam como uma referência tácita aos valores incorporados na linguagem, um dos mais genuínos marcadores simbólicos da identidade de um povo. O mesmo se aplica ao pedido editorial da publicação espanhola, "Mariana, diz que sim" (EP 23.05.05) que, evocando um dos ícones da República francesa, reforça a componente axiológica do sistema politico do país desde os seus momentos iniciais, transpondo-a para o horizonte de valores da Constituição Europeia.

Contudo, não apenas de consenso se alimenta a cobertura dos referendos francês e holandês, onde as visões opostas dos actores políticos são postas em cima da mesa, mostrando a adesão dos jornalistas ao que Hallin (1986) denominou de "esfera da controvérsia legítima". Estas perspectivas contraditórias não aparecem expostas em moldes meramente maniqueístas ("sim" ou "não" à Constituição"), mas imbuídas de um claro sentido ideológico. Neologismos como "não de esquerda" ou "sim de direita", entre muitos outros, converteram-se no código lexical da campanha

[109] "Europe-warm countries", na terminologia de De Vreese e Boomgarden (2003)

em França, em particular no *Le Monde* que, na qualidade de "actor", demarca de forma mais exaustiva estas comunidades imaginadas.

A construção destas significações funda-se, uma vez mais, no recurso a enunciados metafóricos. Uma das metáforas convencionais, profundamente enraizada nos nossos sistemas conceptuais e ligada à estruturação da experiência (Lakoff e Johnson, 1980), que melhor exprime a discussão e argumentação na nossa cultura é a da guerra.

Os escrutínios em França e na Holanda, arenas políticas de posições diversas, consistiram um momento privilegiado para explorar discursos belicosos, conforme a cobertura dos quatro jornais reflecte. Assim, os conflitos que dilaceram o Partido Socialista Francês são descritos como uma "guerra civil" (EP 19.05.05), uma "batalha campal" (Pub 29.05.05) ou uma "luta" (LM 29.05.05) cujo protagonismo é entregue a políticos de renome: Jacques Chirac desempenha o papel de "líder em tempo de guerra" (EP 01.06.05), Dominique de Villepin e Nicholas Sarkozy dão forma a "dois inimigos no mesmo barco" (EP 01.06.05) e Jean Pierre-Raffarin aparece rotulado como "o primeiro ministro em batalha" (EP 04.06.05). Viabilizando e reforçando as narrativas noticiosas (Meunier, 1995: 233) nas suas vitórias, derrotas, acções e personagens, entre outros elementos, este poder encenador das metáforas assume-se como um componente fulcral na construção da Europa como realidade simbólica.

3.2 A "curva europeia"

Várias pesquisas recentes (e.g. De Vreese et al, 2001; De Vreese e Boomgaarden, 2003; Machill et al, 2006) chegaram à conclusão de que a cobertura mediática de assuntos europeus tende a crescer – por vezes, exponencialmente – durante determinados eventos, como cimeiras ou eleições da UE[110]. Nestas ocasiões, estamos em presença de uma "curva europeia" bem definida: o número de artigos aumenta de forma considerável, em particular no(s) dia(s) que antecede(m) o evento, mas diminui ou desaparece assim que o período de rotina for retomado. O trabalho jornalístico em torno dos

[110] *Vide* distinção entre "período de evento" e "período de rotina" (De Vreese et al, 2001: 111)

referendos à Constituição reproduz claramente este padrão: ainda que se deva ressalvar o facto de que o nosso estudo se orienta, por si só, para um acontecimento concreto e localizado, abrangendo os poucos dias que antecedem e se sucedem à votação, mesmo neste curto intervalo de tempo este esquema é nitidamente perceptível.

3.3 Secções especiais

A mais evidente expressão desta "curva europeia" no material noticioso seleccionado é a introdução de secções especiais, que enfatizam o elevado grau de noticiabilidade dos referendos, especialmente se tivermos em conta que, como bem assinala Kevin (2003: 61), as notícias sobre a Europa e a UE aparecem normalmente dispersas pelas publicações.

Na qualidade de "jornais actores", o EP e o LM enquadram a temática dos referendos num espaço propositadamente criado para este evento, "Référendum europeo" e "Le référendum du 29 Mai", inserido em estruturas já existentes: "España" e "Union Européenne", respectivamente.

Os "observadores" também dedicaram a este tema algumas páginas exclusivas (mas somente na véspera e no dia após o escrutínio), inscrevendo a maioria dos textos na categoria de "notícias do mundo/internacionais". Se percepcionarmos a localização das peças como um indicador susceptível de demonstrar até que ponto a Europa é codificada como um assunto estrangeiro ou nacional, os nossos dados denunciam, por um lado, as "muitas Europas" que têm impacto nas agendas jornalísticas (Kevin, 2003: 61) e, por outro, o papel ainda desempenhado pela nação enquanto baluarte primário das identidades colectivas, já que a imagem do Velho Continente aparece filtrada por lentes nacionais.

3.4 Secção "Europa": a eterna ausente?

A ausência de uma secção denominada "Europa" em todos os jornais que compõem o corpus revela-se como um prolongamento lógico desta "filtragem". Note-se que o LM possui uma página intitulada "Union Européenne", que consideramos "híbrida" por ser mais do que uma secção

"especial" (é publicada sempre que exista informação relevante sobre a UE), mas menos do que uma estrutura "fixa" (não aparece numa base diária). Porém, mesmo esta página perdeu terreno na sequência da divulgação dos resultados do referendo francês, altura em que a maior fatia das notícias foi transferida para a secção "França", que adoptou títulos de cariz nacional, como "Crise em França" (LM 31.05.05), "França depois do não" (LM 01.06.05), "Governo" (LM 01.06.05) e "Novo Governo" (LM 02.06.05). Assim, não obstante a tentativa de criar uma esfera de debate europeia durante a campanha, tal não invalidou uma nacionalização da cobertura. Em última análise, esta questão da localização das notícias é tanto mais importante quanto é certo que as secções dos jornais, mais do que servir um mero propósito de organização das peças, se assumem como verdadeiras divisões semânticas capazes de imbuir os textos de perspectivas e significados específicos.

3.5 Ângulo nacional: os temas

A perspectiva dominante é, como temos vindo a afirmar nos tópicos supracitados, a da nação. Mesmo no período espanhol, momento de celebração cujo resultado era previamente conhecido e no qual os jornais estudados adoptaram uma posição editorial semelhante, verificam-se diferenças consideráveis, decorrentes da nacionalização do debate no que toca à análise das causas do "sim". O actor EP exalta a aprovação do documento como uma missão histórica nacional, afirmando que "A população espanhola vai escrever, por força dos seus votos, o seu próprio capítulo [da história Europeia]" (EP 18.02.05) e que é "a primeira a desejar abrir caminho e construir um exemplo para a Europa" (EP 15.02.05). A par destas frases, que fixam nitidamente as fronteiras de Espanha e da Europa como comunidades imaginadas (Anderson, 1991), encontrámos também enunciados onde as esferas de pertença se confundem. A título de exemplo, na afirmação "o texto sobre o qual nós, espanhóis, nos vamos pronunciar, não resolve só por si os problemas com que nós, europeus, temos de lidar" (EP 13.02.05), o sujeito "nós" parece acumular a dupla qualidade de "espanhol" e de "europeu" (atente-se na utilização da mesma forma verbal, na primeira pessoa do plural). A ideia de

que diferentes níveis de identidade se articulam metaforicamente como uma espécie de "bolo mármore" (Risse, 2002: 4-5), não se separando de forma estanque, mas misturando-se numa mesma "massa", parece encontrar aqui fortes realizações textuais.

Esta retórica histórico-simbólica é substituída por argumentos pragmáticos e materiais nos jornais observadores, que sublinham o dever espanhol de dizer "sim" como um resultado directo do apoio económico da UE ao país, um "parente pobre" (LM 19.02.05) que desde 1986 tira partido do "maná de Bruxelas" (LM 19.02.05). O *Público* e o *The Guardian* referem-se inclusivamente ao valor dos fundos em causa: a publicação portuguesa apresenta uma tabela intitulada "Os números do bom caminho" (Pub 06.02.05), enquanto o jornal britânico expõe, de forma irónica, o motivo pelo qual os agricultores espanhóis votarão sim: "Filas de oliveiras impecavelmente tratadas estendem-se até onde a vista alcança na direcção de Granada – todas financiadas pelo subsídio anual a UE no valor de mil milhões de libras" (TG 18.02.05).

Por conseguinte, na ausência de problemas concretos durante o período espanhol, o EP enquadra a cobertura como um momento de fusão entre as esferas de identidade espanhola e europeia, enquanto os outros jornais, embora partilhando deste discurso laudatório sobre a UE, analisam os espanhóis como um "outro" à luz das suas lupas nacionais.

A adopção do ângulo do país de origem é, do mesmo modo, visível durante as controversas campanhas francesa e holandesa. Questões como a do desemprego, da adesão da Turquia, da Directiva Bolkestein, dos trabalhadores dos Estados de Leste, entre outros aspectos (em França), a par do medo da imigração aliado a uma insatisfação face à Europa (nos Países Baixos), representam tópicos recorrentes nas quatro publicações. A nacionalização da discussão torna-se particularmente notória no LM, por exemplo se olharmos para o título "Soberania, deslocalização: a convergência do 'não'" (LM 26.05.05), que estabelece uma relação gramatical de causa-efeito entre dois elementos percepcionados como uma ameaça nacional ("soberania" e "deslocalização") e o sentido de voto no referendo (o "não").

Seguindo o mesmo "padrão" nacionalista, o *El País* (EP 31.05.05) e o *Público* (Pub 02.06.05, 03.06.05) apresentam artigos sobre as negociações das perspectivas financeiras da UE para 2007-2013 após o não francês, o que se explica facilmente se recordarmos a dependência histórica dos países ibéricos, sobretudo de Portugal, das ajudas económicas da Comunidade.

Já o *The Guardian*, por seu lado, introduz um tópico ausente nas publicações portuguesa e espanhola: a tradicional oposição entre o modelo de integração europeia defendido pela França e pelo Reino Unido. Franceses e britânicos emergem como "incompatíveis" (TG 26.05.05), fruto dos seus "diferentes olhos" (TG 26.05.05), sendo que os primeiros "se opõem ao Tratado por acreditarem que este representa um triunfo dos princípios anglo-saxónicos de mercado livre" (TG 19.05.05) ou um "cavalo de Tróia anglo-saxónico" (TG 23.05.05). Mais: o jornal britânico não se limita a expressar estas "eurovisões" contraditórias através de frases descritivas ou informativas, mas toma um partido claro e definido, falando de uma "união" (…) onde o inglês triunfou sobre "*la langue de Molière*"" (TG 23.05.05) e onde uma França (eles) "agonizante e infeliz" (TG 31.05.05), "dominada por um sentido de doença e declínio" (TG 25.05.05), enfrentando uma "crise de identidade" (TG 24.05.05) e recusando-se a "crescer", com a sua "política de Peter Pan" (TG 31.05.05), necessita de "acompanhar o mundo moderno e globalizado" (TG 28.05.05), ou seja, o mundo britânico (nós).

3.6 Ângulo nacional: os actores

A propensão para a nacionalização tem continuidade na escolha dos actores noticiosos por parte dos jornais, verificando-se uma supremacia das vozes de figuras políticas[111] nacionais em detrimento de personalidades ligadas à UE, aspecto que já fora assinalado numa investigação recente sobre o referendo espanhol na imprensa nacional (Jiménez e Sampedro, 2005). No presente estudo de caso,

[111] A hegemonia das fontes ligadas às elites do poder constitui, de resto, um tema bastante explorado no âmbito da Sociologia do Jornalismo. *Vide* Gans, H. (1979), *Deciding What's News: a Study of CBS Evening News*, NBC Nightly News, Newsweek and Time, New York, Pantheon Books; Schlesinger, P. (1978), *Putting 'Reality' Together*, London and New York, Methuen; Schudson, M. (1986), "Deadlines, Datelines and History". In Manoff e Schudson, M. [Eds.] (1986), *Reading the News*, New York, Pantheon Books; e Tuchman, G. (1978), *Making news: a study in the construction of reality*, New York: The Free Press

porém, gostaríamos ainda de acrescentar uma categoria de intervenientes que, do nosso ponto de vista, faz cada vez mais sentido no contexto das pesquisas em torno da Europa mediatizada: os "actores mistos". Nela se incluem as pessoas responsáveis por determinados cargos a nível europeu que sejam simultaneamente nacionais do país de origem do jornal que lhes dá voz. Assim se explica, por exemplo, que Josep Borrell, de nacionalidade espanhola e então Presidente do Parlamento Europeu, seja frequentemente referido no EP; ou que, do mesmo modo, o LM dê um destaque preferencial a Valéry Giscard d'Estaing, antigo Presidente de França e arquitecto da Constituição Europeia. Situados algures na fronteira do "espanhol" / "francês" e do "europeu", estes actores reiteram o forte pendor nacionalista da cobertura dos referendos à Constituição Europeia.

3.7 A voz dos cidadãos

No reverso da atenção substancialmente concedida às elites inscreve-se o baixo índice de participação (cerca de 3%) dos cidadãos como fonte das notícias dos jornais analisados, o que vem corroborar um paradigma já evidenciado em vários estudos dos media (e.g. Esteves, 2003): a estreita correspondência entre o Espaço Público mediatizado e um paradoxal enfraquecimento da voz de pessoas anónimas e de organizações da sociedade civil. A tendência para a exclusão do público vem pôr em causa o papel dos media como um lugar de democracia, numa altura em que diversas teorias sublinham o risco de que aqueles se instituam como "dispositivos censurantes" (Pinto, 2000), dando a conhecer aquilo a que Ramonet chamou o seu lado "tirano" (Ramonet, 1999). A problemática teórica do acesso aos meios de comunicação assume contornos particulares quando lidamos com tópicos europeus, se tivermos em mente que a velha dicotomia "cidadãos-elites" esteve sempre subjacente ao processo de construção comunitária, levantando "a questão do Espaço Público como lugar de participação, representação política e cidadania" (Kastoryano, 1998: 26-27). Julgamos que tanto "Europa política" como os media se pretendem idealmente como espaços de legitimação democrática, criando condições para a participação cidadã no contexto dos seus dispositivos internos. Ora, os dados recolhidos na nossa análise permitem-nos prolongar esta

comparação: do mesmo modo que o estigma do "défice democrático" paira sobre a construção comunitária, os jornais que investigámos parecem – pelo franco desequilíbrio no destaque atribuído aos cidadãos e aos actores políticos – reproduzir um análogo "défice mediático".

Conclusões

É certo que o papel indispensável dos media no âmbito do processo de construção europeia tem sido amplamente reconhecido, quer pelos cidadãos – como muito bem demonstram os inquéritos à Opinião Pública – quer pelos líderes europeus – conforme o aprofundamento da Política de Comunicação da UE deixa entrever. Porém, aceita-se igualmente – sobretudo na sequência da rejeição francesa e neerlandesa à Constituição Europeia – que o actual fosso entre o público e as instituições comunitárias torna premente a adopção de novas estratégias que, capitalizando ainda mais as potencialidades dos meios de comunicação, possam abrir caminho a uma Europa verdadeiramente *comunicada*.

Ora, se até à data os media não conquistaram o seu lugar definitivo na Europa, ousamos afirmar que, de forma recíproca, o Velho Continente está ainda longe de possuir um espaço concreto no universo mediático, sobretudo no que à imprensa diz respeito. Apesar do consenso gerado nas publicações de referências em torno da importância simbólica da integração europeia, a volatilidade das notícias acerca de assuntos europeus (desprovidas de uma secção própria), a par da inegável perspectiva nacionalista que, por força dos temas e dos actores privilegiados, lhes subjaz, fez emergir várias "Europas" no espaço noticioso que analisámos.

Finalmente, a adopção destas "Europas" como objecto de estudo revelou que a cobertura de acontecimentos comunitários assimila muitas práticas estruturantes do jornalismo político em geral (visão maniqueísta, recurso a metáforas), aparecendo inclusive "contaminada" por um dos seus grandes limites intrínsecos (a desigualdade de acesso por parte dos 'cidadãos' e das 'elites'). Aspectos que revelam, em última análise, o motivo pelo qual é importante estudar o jornalismo… de um ângulo europeu.

Referências

ANDERSON, B. (1991), *Imagined Communities*, New York :Verso

ANDERSON, J. e WEYMOUTH, A. (1999), *Insulting the public? The British Press and the European Union*, London: Longman

BARRENO, I. (2000) *Um imaginário europeu*, Lisboa: Caminho

CE (2005), "Plano de Acção da Comissão para Melhorar a Comunicação sobre a Europa". In http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/communication_com_en.pdf

CE (2006), "Livro Branco sobre uma Política de Comunicação Europeia". In http://ec.europa.eu/communication_white_paper/doc/white_paper_pt.pdf

DELANTY, G. (1995), *Inventing Europe: Idea, Identity, Reality*, London: Palgrave macmillan

DE VREESE, C.H. e BOOMGARDEN, H. (2003), "Valenced News Frames and Public Support for the EU: Linking Content Analysis and Experimental Data". *Communications* 3(4): 361-381

DE VREESE, C.H., PETER, J. e SEMETKO, H. (2001), "Framing Politics at the Launch of the Euro: A Cross-National Comparative Study of Frames in the News". *Political Communication*, 18(2): 107-22

DE VREESE, C.H. e SEMETKO, H. (2004), *Political Campaigning in Referendums: Framing the Referendum Issue*, London: Routledge

EICHHORN, W. (1996), *Agenda-Setting Prozesse. Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher* Themenstrukturierung, Munich: Fischer

EORG (2002), "Information sur l'Europe, élargissement de l'Union européenne & adhésion au projet communautaire: la parole aux opinions des quinze". *Eurobarometer 2002 – Edition speciale*, 24 Mai.

In http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_166_finrep_eu15_fr.pdf

EOS GALLUP EUROPE (2002), "10 years of European citizenship (30.09.2002 – 4.10.2002)". *Flash Eurobarometer Nº 133*, September-October.
In http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl133_en.pdf

ESTEVES, J. P. (2003) *Espaço Público e Democracia*, Lisboa, Edições Colibri

HALLIN, D. (1986), *The "Uncensored War": The Media and Vietnam,* New York: Oxford University Press

JIMÉNEZ, A. e SAMPEDRO, V. (2005), "La Constitución Europea en la Prensa Española de Ambito Nacional : Un Análisis Comparativo de El País, El Mundo y ABC".
In http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/164/URJC%20pdf.pdf

KASTORYANO, R. (1998), "'Multiculturalisme' – une identité pour l'Europe ?", pp. 11-39. In KASTORYANO, R. [ed] (1998), *Quelle identité pour l'Europe ? Le multiculturalisme à l'épreuve*, Paris, Presses de Sciences Po

KEVIN, D. (2003), *Europe in the media: A comparison of reporting, representation, and rhetoric in national media systems in Europe*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates

LAKOFF, G. e JOHNSON, M. (1980), *Metaphors We Live By*, Chicago: University Chicago Press

MACHILL, M., BEILER, M. e FISCHER, C. (2006), "Europe-topics in Europe's media. The debate about the European public sphere: a meta-analysis of media content analyses". *European Journal of Communication*, 21(1): 57-88

MEUNIER, J.-P. (1995), "Metáforas do jornalismo politico". *Revista de Comunicação e Linguagens*, 21/22 (Janeiro/Dezembro): 223-235

MEYER, C. (1999), "Political Legitimacy and the Invisibility of politics: Exploring the EU's Communication Deficit". *Journal of Common Market Studies*,37: 617-39

MEYER, C. (2002), *Europäische Offentlichkeit als Kontrollsphäre: Die Europäische Kommission, die Medien und politische Verantwortung*, Berlin: Vistas

OPTEM (2006), "The European citizens and the future of Europe. Qualitative study in the 25 member states". *Eurobarometer – Qualitative Study*, May.

In http://ec.europa.eu/public_opinion/quali/ql_futur_en.pdf

PINTO, M. (2000), "Media e Sociedade – contributo para a leitura do quinquénio 1995-1999", in PINTO, M. [Coord.] (2000), *A Comunicação e os media em Portugal 1995-1999 – Cronologia e Leitura de Tendências,* Braga, Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, pp. 11-28

RAMONET, I. (1999), *A Tirania da Comunicação*, Porto, Campo das Letras

RISSE, T. (2002), "An emerging European identity? What we know, and how to make sense of it". Paper prepared for the IDNET Conference "Europeanisation, Collective Identities, and the Public Sphere", October 11, 2002, Oslo

SCHLESINGER, P. (1991), *Media, State and Nation*: *Political Violence and Collective Identities*. London: Sage Publications

TRENZ, H. (2004), "Media coverage on European governance. Testing the performance of national newspapers". *European Journal of Communication*, 19/3: 291-319

TRENZ, H. (2002), *Zur Konstitution politischer Öffentlichkeit in der Europäischen Union. Zivilgesellschaftliche Subpolitik oder schaupolitische Inszenierung?*, Baden-Baden: Nomos

VASCONCELOS, A. (1999), *Valores da Europa: identidade e legitimidade*, Cascais: Principia

Periodismo, Publicidad, Propaganda, Relaciones Públicas y otros modos de comunicación al alcance del sector Textil-Confección.

Jesús Pérez Seoane, Montserrat Vázquez Gestal (Universidade de Vigo) e Paulo Ribeiro Cardoso (Universidade Fernando Pessoa)
(jpseoane@uvigo.es; mvgestal@uvigo.es ; pcardoso@ufp.pt)

Abstract

La información es uno de los principales elementos que configuran los contenidos de los medios de comunicación. Sin embargo, la dinámica del mercado facilita que junto a ella aparezcan discursos publicitarios, propagandísticos o propios a las Relaciones Públicas que transmiten una información controlada por parte de una organización promotora. En esta comunicación describiremos el impacto de todos estos modos de comunicación a través del caso del sector Textil-Confección, insertado dentro del negocio de la moda.

Introducción

Podemos definir comunicación, en sentido lato, como un medio a través del cual un individuo puede reflejar sus relaciones con el mundo (Habermas, 1998). Un proceso instantáneo, y habitual cuya naturalidad ya subrayaba Maletzque (1976: 38-40) al considerar que la vida del hombre se desarrolla en unos ambientes determinados en los que es necesario comunicarse. De ahí que, tras observar que todo lo que hace el hombre comunica de forma consciente o inconsciente, el autor proclame que todo en la vida del hombre es comunicación.

La forma de articular este proceso se realiza mediante el conocido sistema de emisión-recepción, paradigma teórico fijado por Shannon y Wiener y al que contribuyeron, en torno a 1940, Paul Lazarsfeld, Harold Lasswell, Bernard Berelson y Wilbur Schramm. Para todos ellos, la

comunicación se produce cuando un emisor traslada un mensaje concreto a un receptor en una situación y forma determinadas provocando unos efectos concretos.

En este sentido, decía Osgood (1971) que:
"Existe comunicación siempre que un sistema (una fuente: emisor), influencia los estados o acciones de otro sistema (receptor), mediante la percepción de señales alternativas transmitidas a través del canal que los conecta. Y que, cuando se trata de sistemas humanos de comunicación, lo que habitualmente denominamos "mensajes" son conjuntos de señales que frecuentemente son, aunque no necesariamente, de tipo lingüístico".

Sin embargo, lo que sucede en las sociedades occidentales es que la presión del mercado llega a alterar los procesos comunicativos del individuo, y esto nos obliga añadir nuevos matices al concepto comunicación (Matterlat, 1994: 13-198). Las modernas teorías, consideran algunas manifestaciones de este fenómeno como "un mecanismo propiedad de la empresa" (Fernández Areal, 1999: 104-105), y muchos teóricos dedicaron su obra al análisis de los medios comunicación de masas, que para McQuail (1991: 25-28) albergan "aquella comunicación que se produce simultáneamente entre un emisor y un número relativamente alto de individuos (receptores), utilizando los medios de comunicación de masas".

Por sus propias características, la comunicación de masas es la única capaz de influir de manera efectiva en un número considerable de individuos (Sastre Peláez, 1995: 30), pues sus "mensajes son transmitidos públicamente, usando medios técnicos, indirecta y unilateralmente". McQuail (1991: 21-74) observa cuatro características que justifican la el poder de estos medios:

1 – Los medios de comunicación de masas constituyen una industria creciente con amplia repercusión social y en constante relación con su entorno.

2 – Elaboran un producto comunicativo que refleja el devenir e innovación social, así como los vicios públicos y privados.

3 – Actúan como portavoces que ponen a disposición de los actores de la vida social (tanto pública como privada) una "arena", soporte en el que discutir multiplicidad de aspectos.

4 – Finalmente, y en suma a los tres puntos anteriores, en los últimos tres siglos se han convertido en una "fuente dominante de definiciones e imágenes de la realidad social para los individuos, pero también colectivamente para grupos y sociedades; expresando valores y juicios normativos". En otras palabras, promueven la aparición de una opinión pública y son, en cierto sentido, responsables de ella.

Por lo tanto, en la base de este sistema se situarían los contenidos informativos. Barthes (2003: 20) es consciente de que los medios de comunicación de masas surgen de la necesidad de mantener informada a la opinión pública, pero advierte que el escenario mercantilista actual facilita que en estos soportes confluyan distintas manifestaciones comunicacionales que sobrepasen su misión informativa. Hablamos, en definitiva, de mensajes publicitarios, propagandísticos o institucionales cuyos discursos están, para Sánchez Guzmán (1979: 99-102), controlados, y en cierto sentido se deben a la existencia de fuentes intencionadas que pretenden hacerle llegar algún tipo de información promocional a sus destinatarios y, para conseguirlo, filtran sus discursos en estos medios de comunicación de masas.

Objeto de estudio

Las manifestaciones comunicativas de tipo promocional (y, por lo tanto, no informativa) que contienen los medios de comunicación de masas son muy variadas. En nuestro trabajo hablaremos de información, publicidad, relaciones públicas y propaganda, intentando caracterizar brevemente cada una de estas disciplinas. Y es que, al final, todos ellos son conceptos muy vinculados entre sí cuyas estrategias y técnicas se ponen al servicio de unos objetivos previamente establecidos y delimitados desde su emisor (Fernández Souto, 2002). De ahí que resulte preciso fijar diferencias,

semejanzas y proximidades entre ellos para contextualizarlos, en esta comunicación, dentro de las estrategias de comunicación de las empresas.

Nuestras afirmaciones se verán acompañadas de ejemplos del negocio de la moda siempre que esto sea posible. No en vano, las manifestaciones que surgen de su sistema productivo constituyen uno de los contenidos más presentes en la realidad de los medios informativos (Martínez Caballero y Vázquez Casco, 2006: 198). A esto hay que añadirle que los distintos enfoques desde los que podemos categorizar al concepto moda, que se mueve entre la sociología, el arte y la industria. De ahí que sus discursos se afronten, en los medios de comunicación, desde las ópticas más variadas.

Periodismo/Información

De todos los modos de comunicación, señalamos que la información, entendida como transmisión veraz de mensajes noticiosos, es el que da forma a los medios de comunicación de masas. Wilcox, Cameron y Xifra (2006: 20-21) define esta disciplina en virtud de cuatro parámetros: alcance, objetivos, públicos y canales.

Desde el punto de vista del *alcance,* el periodismo cubrirá todas aquellas informaciones actuales y relevantes para un grupo de personas (al que se dirige el medio en el que trabajan), y esto obliga a que los redactores deban documentarse en torno a la información que van a cubrir, recopilar datos de los sucedido y transcribirlo de tal modo que "llegue a sus interlocutores". Por tal motivo, dicen los autores que los *objetivos* del periodismo son la comunicación *per se,* el reflejo de una realidad de la que son testigos, facilitando que sean los destinatarios de la información quienes, *a la postre*, extraigan sus propias conclusiones.

Sus *públicos* siempre serán masivos, acotando este concepto a todo aquel número de personas que leen, escuchan o ven el medio de comunicación para el que traja el periodista. Sus *canales* serán, en este sentido únicos, reduciéndose al medio de comunicación que publica o emite sus informaciones. El proceso que seguirán parte del proceso informativo anteriormente descrito, y en él los periodistas actuarán como intermediarios entre un hecho y sus audiencias. Para establecer una interacción con

ellas, estos comunicadores acudirán a un lenguaje informativo, que para Juan Rey (2002: 45-60) suele ser directo (sin dar excesivos rodeos ni emplear eufemismos), lacónico (breve en su exposición), estandarizado (pues junto al entretenimiento y a la información, formar al pueblo es una de las históricas tareas de los medios) y cuidado (en su estilo); y la forma de organizarlo sería de interés descendente.

En el caso de la información relacionada con el sistema de la moda se suelen cubrir aquellas noticias relativas a las empresas, y que señalan balances, cifras económicas, reajustes de personal… En definitiva, mensajes con una amplia proyección social y que se suelen encuadrar en secciones de economía. La estructura que adoptan suele ser la de la pirámide invertida (muy habitual en periodismo) y que cuyo interés se articula de forma decreciente. De este modo, los primeros párrafos resumirán el contenido de una noticia para pasar, en los párrafos posteriores a contextualizar el mensaje transmitido y aportar información complementaria.

Publicidad

Frente a la información, la actividad publicitaria está definida y regulada en España por la Ley General de Publicidad de 1988, que entiende por publicidad:

"toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones".

Una definición normativa y genérica que regula una actividad que 15 años antes, dos miembros de la *American Marketing Association,* Aaker y Myers, categorizaron como "toda aquella forma pagada y no personal de presentación de ideas, bienes y servicios por cuenta de alguien identificado y a través

de medios masivos" (1993: 15). Ortega (2004: 20-25) destaca cinco aspectos fundamentales en esta definición:

1) un proceso de comunicación,

2) de carácter impersonal (aunque, curiosamente, parezca cercana),

3) estar pagada (lo que nos obligará a controlar su eficacia),

4) pretendiendo informar, influir en la compra

5) O en la aceptación de un producto, servicio, idea o institución

6) A través de mensajes en medios masivos.

Frente a otras manifestaciones comunicativas, en su modelo de transmisión podemos adivinar dos fuentes: una genérica (emisor que inicia el mensaje) y otra especializada (agencia o gabinete a la que acude el emisor para dar cuerpo a un mensaje y vehiculizarlo a través de soportes que faciliten el conocimiento o la generación de información e imágenes, cambio de actitudes y modificación de comportamientos en unos destinatarios o audiencias sobre los que se pretende provocar una determinada reacción).

Estos mensajes presentarán dos dimensiones: una informativa, en la que se perciba una información que el emisor le quiere trasladar a la audiencia, y otra persuasiva, a través de la que se espere una reacción que atraiga a parte de los destinatarios del mensaje. Hablamos, frente a la información, de contenidos pagados, y de ahí que su interés no sea tan social como interesado.

Ambas dimensiones están muy presentes en la publicidad del sector textil-confección. Los ejemplos presentados, frecuentes en el sector de la moda, constituyen dos formas publicitarias bien distintas. En la primera de ellas (el catálogo), se informa de las nuevas colecciones de una empresa. En la segunda (rebajas), se informa a los consumidores de las rebajas de una marca de moda en concreto. En ambos casos, estamos ante mensajes corporativos, unidireccionales y que transmiten una idea que la empresa quiere hacerle llegar a sus audiencias.

Relaciones Públicas

A lo largo de los años ha existido un esfuerzo por definir esta disciplina en diferentes foros. Una revista, *PR News* (citado por Wilcox, Cameron y Xifra, 2006: 6-19), formuló una definición ampliamente aceptada al considerar

"Relaciones Públicas (en adelante, RR.PP.) como una función directiva que evalúa actitudes públicas, identifica políticas y procedimientos de un individuo o una organización con el interés público, y planifica y ejecuta un programa de acción para lograr la comprensión y aceptación con el público".

Ha sido, sin embargo, la Asamblea Mundial de RR.PP. la que acordó, en 1978, una definición marco para la actividad al suscribir que:

"La práctica de las RR.PP. es el arte y la ciencia social de analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de las organizaciones y poner en marcha los programas de acción planificados que sirven tanto a los intereses de la organización como a los del público".

Estamos, en ambos casos, ante afirmaciones que describen una disciplina conciliadora y cuya misión principal es la de programar, planificar y ejecutar estrategias de comunicación que armonicen los mensajes de una organización con las demandas de sus públicos, acercándoles una imagen positiva de la organización. En este sentido, Wilcox, Cameron y Xifra (2006) detectan 6 aspectos característicos de la disciplina:

- Deliberada: al estar diseñada para influir, conseguir la comprensión, ofrecer información y lograr una retroalimentación.
- Planificada: pues se trata de una actividad organizada y sistémica que implica investigación y análisis.
- Resultados: Las RR.PP. eficaces se nutren de políticas y resultados actuales.
- Interés Público: Al ser una actividad que busque beneficiar mutuamente a la organización y al público.
- Comunicación bidireccional: Ya que las RR.PP. son algo más que divulgación, en un solo sentido, de información, y resulta igualmente importante exigir una retroalimentación (*feedback*).
- Función directiva: Alcanzando su máxima efectividad cuando forman parte íntegra del proceso de toma de decisiones de la alta dirección.

Para conseguirlo analizan la realidad de una institución, planifican un programa, lo ponen en marcha y, a lo largo de todo el proceso, evalúan los resultados de sus acciones. Entre sus herramientas estarían, por ejemplo, planificación anual de las acciones, asesoría en comunicación y relaciones externas, elaboración y envío de notas de prensa, organización de ruedas de prensa, concertar entrevistas y encuentros con periodistas, atención a periodistas interesados en recibir información de las actividades de la organización, concertar artículos de opinión, preparación de dosieres de prensa, preparar y organizar visitas a la empresa, organizar encuentros con fuerzas vivas y otros integrantes del mapa de públicos de la organización, elaborar informes mensuales de actividades y reuniones,

boletines y memorandums, entrevistas, programas de excelencia y calidad *(task force)*, patrocinios, análisis y orientación de las acciones publicitarias, etc.

Un buen ejemplo sería la organización de eventos como forma de potenciar la imagen de las organizaciones. En el sector que nos ocupa, resulta interesante el caso gallego, cuya proyección es minoritaria en relación a la de los grandes núcleos textiles internacionales (Milán, Nueva Cork, Londres, París) o españoles (Barcelona, Madrid). En este contexto, la Cámara de Comercio de la Provincia de Pontevedra viene desarrollando desde hace diez años en la ciudad de Pontevedra una pasarela de la moda gallega, *Pontus Veteris,* a la que acuden diseñadores de las cuatro provincias. Frente a otras pasarelas de moda, cuyo principal objetivo es el impacto mediático que se genere, en *Pontus Veteris* el interés recae en dar a conocer, armonizando, de este modo, los intereses de los empresarios gallegos del sector con dos públicos prioritarios: los distribuidores/vendedores de productos textiles y el consumidor final. En definitiva, una acción de RR.PP. al servicio de un sector y de su mapa de públicos, como se desprende de las definiciones de RR.PP. antes recogidas.

Propaganda

Por último, uno de los contenidos que nos podemos encontrar en los medios de comunicación de masas y que aquí incluimos es el de la propaganda, que Pizarroso Quintero (1993: 15), concibe como expresión de una opinión o de una acción por individuos o grupos, deliberadamente orientada a influir opiniones o acciones de otros individuos o grupos para unos fines predeterminados.

Como vemos, éste es un modo comunicativo que hace hincapié en la propagación de ideas que, por norma general, suelen ser de carácter religioso o político. Extraemos así de esta disciplina una finalidad ideológica, lejana a la comercial que persigue la publicidad y que la aproxima más a conceptos como el de Comunicación Política o el de Marketing Político, especialmente si tenemos en cuenta que uno de sus principales objetivos es, para Pena Rodríguez (1997: 104) vender un

producto político de la mejor forma posible, para lo que se utilizarán los medios de comunicación más adecuados.

Añade Rúas Araujo (2003), que la propaganda transmitirá, mensajes cuya intención sea alcanzar a las conciencias y movilizar a las personas. Y para ello buscará atacar el sistema de creencias del individuo escenificando sus mensajes a través de un lenguaje impreciso, cuyas consignas permanezcan en la conciencia de sus interlocutores, despertando, con ello, sus sentimientos primarios.

Si bien es cierto que las manifestaciones propagandísticas abundan en los medios de comunicación camufladas en discursos políticos, artículos de opinión,… apenas existen ejemplos de propaganda comercial. En el caso de la moda, o del sector Textil-Confección del que nos ocupamos en esta comunicación, podríamos concebir los suplementos de moda una manifestación propagandística.

En el ejemplo, hablamos del suplemento Moda Gallega (2006) que dos veces al año edita el periódico La Voz de Galicia, financiado por empresas de moda gallegas y en cuyas páginas podemos leer lo que las propias compañías recomiendan para vestir a lo largo del año, como se aprencia en frases del tipo *"Caramelo apuesta por el dandismo pensando en tu distinción"* (2006: 106), y que transmiten contenidos publicitarios bajo un estilo informativo. En definitiva, un claro ejemplo propagandístico que, además, se ve salpicado por anuncios de las empresas o un directorio final en el que se ofrecen datos de todas las compañías participantes.

Conclusiones

Como hemos visto, publicidad, propaganda y relaciones públicas constituyen algunas de las formas de comunicación que conviven, en los medios de comunicación de masas, con los contenidos de tipo informativo. Cada una de estas formas de comunicación está inspirada, para McQuail (1991: 30), en

distintos tipos de conocimiento. Desde su perspectiva, la información se rige por un mecanismo de transmisión de conocimiento de tipo congnitivo mientras que otras formas de comunicación como la publicitaria está movida por procesos de "atención y exhibición". Dentro del proceso comunicativo, la finalidad de este tipo de mensajes es para él muy parecida a la de la antigua retórica y se reduce a captar el interés del receptor, transmitiendo discursos controlados con una intencionalidad de hacer públicos mensajes de diferente naturaleza a través de medios de comunicación de masas (Sánchez Guzmán, 1979: 99-102).

A través del estudio de la información del sector de la moda, en esta comunicación hemos podido comprobar algunas diferencias entre estas disciplinas, muchas de las cuales ya habían sido apuntadas por Fernández Souto (2002). La tabla que acompaña recoge los principales resultados obtenidos:

INFORMACIÓN	***RR.PP.***	PUBLICIDAD	PROPAGANDA
Pretende informar en torno a un hecho noticioso.	Pretende aumentar el índice de popularidad de la institución o empresa.	Busca aumentar el índice de notoriedad de productos y/o servicios.	Intenta captar adeptos a una doctrina o causa, ya sea religiosa o/y política.
Posee una finalidad social.	Posee una finalidad social o económica, directa o indirecta.	Finalidad económica directa.	Objetivo principal: conquistar o mantener el poder (en el caso de la Propaganda política); conquistar o mantener ideologías.
Tiene una finalidad divulgativa.	Persigue el diálogo permanente entre el emisor y el receptor.	Se trata de un monólogo que se da de forma puntual por parte del emisor.	Se trata igualmente de un monólogo por parte del emisor que no tiene por qué aparecer de forma puntual.
Observa la realidad y la analiza desde diferentes perspectivas.	Utiliza sondeos de opinión.	Emplea estudios de mercado.	Utiliza encuestas diversas.
Su éxito depende del grado de ajuste que exista entre la información final y las expectativas del destinatario.	Su rendimiento depende del índice de popularidad de la empresa o institución.	Su eficacia depende del nivel de ventas alcanzado a raíz de la emisión del mensaje.	Su razón de ser está en el eco social y el aumento de influencia del emisor.
No vende nada. Comunica.	Vende ideas para crear una imagen favorable.	Vende productos o servicios.	Trata de imponer ideas políticas o religiosas.

Desde el punto de vista docente, todas ellas constituyen ejemplos de comunicación orientada y en cuyo planteamiento hay una estrategia por parte del emisor con el objeto de iniciar una acción comunicativa que se dirija eficazmente a sus públicos.

Bibliografía

Aaker, D.A. y Myers, J.G. (1993). *Management de la publicidad: Perspectivas prácticas.* Barcelona: ESADE,

Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos.* Barcelona: Paidós, papeles de comunicación,

Fernández Souto, A.B. (2002). (Tesis Doctoral). *Comunicación política y relaciones públicas desde las instituciones autonómicas: estudio de las estrategias y mensajes de las principales campañas llevadas a cabo desde la Xunta de Galicia (1989-1997).* Pontevedra: Universidade de Vigo,

Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa.* Madrid: Taurus,

Maletzke, G. (1976). *Psicología de la comunicación social*. (4ª ed.). Quito: Época,

Martínez Caballero, E. y Vázquez Casco, A. I. (2006). *Marketing de la moda.* Madrid: Pirámide,

Matterlat, A. y Stourdzé, Y. (1984). *Tecnología, Cultura y Comunicación*. Barcelona: Mitre,

McQuail, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas.* (2ªed). Barcelona: Paidós,

Pizarroso Quintero, A. (1993). *Historia de la Propaganda política.* Madrid: Tecnos,

Pena Rodríguez, A. (1998). *Propaganda e información política en las elecciones autonómicas gallegas de 1997*. En Fernández Areal, M. (Dir., 1998). *Información política y gabinetes de comunicación.* Pontevedra: Edit. Excma. Dip. Pontevedra,

Rúas Araujo, J. (2003). *El discurso político de Manuel Fraga.* (Tesis Doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid,

Sánchez Guzmán, J.R. (1993). *Teoría de la publicidad.* Madrid: Tecnos,

Sastre Peláez, F. L. (1995). *La Empresa es su Resultado: El Beneficio editorial y la Contabilidad del Conocimiento.* (Tesis Doctoral). Madrid: Universidad Pontificia Comillas,

Wilcox, D.L., Cameron, G.T. y Xifra, J. (2006). *Relaciones Públicas: Estrategias y Tácticas.* Madrid: Pearson.

O desafío europeo do ensino do xornalismo

Xosé Ramón Pousa Estévez (Universidade de Santiago de Compostela)

(xrpousa@usc.es)

¿Por qué estudar xornalismo? Pregúntanse os organizadores deste congreso. ¿Por qué estudar xornalismo? É a pregunta que se fan cada ano miles de estudantes en Europa, conscientes de que para traballar nun medio de Comunicación non fai falla ningún título académico. Estamos ante un dilema que leva décadas pesando sobre a sociedade española. Foi a mesma pregunta que me fixen eu fai máis de trinta anos cando me matriculaba nos estudios de Comunicación. Pese a que os propietarios dos medios, desconfiando do sistema educativo, aspiraron sempre a formar por si mesmos aos seus profesionais, poñendo en marcha mestrazgos e cursos prácticos á medida das súas necesidades, o certo é que a realidade da práctica profesional, con máis dun 70% dos xornalistas españois formados nas facultades de Ciencias da Comunicación, está, en certa medida, dando a razón a Universidade.

Pero non nos podemos durmir. Na Sociedade do Coñecemento, o futuro dos medios de comunicación e o desenrolo do xornalismo, implica, por un lado, novos planeamentos con fondos cambios na formación dos profesionais, e por outro, que os medios deben reconverter a súas redaccións nuns modelos máis flexibles para a produción da noticia. Entramos nunha era de cambios vertixinosos en todos os ámbitos da información, dende os xéneros tradicionais ás novas tecnoloxías. O Ciberxornalismo consolídase facendo cada vez máis real a utopía macluhiana da "aldea global" e afondando aínda máis as diferenzas entre o primeiro e o terceiro mundo. Estes cambios afectan aínda máis ao sistema universitario que, no campo da Comunicación, ten que facer un esforzo aínda maior para seguir respondendo adecuadamente aos intereses da sociedade.

Fálase a cotío da experiencia posta en marcha por Joseph Pulitzer, impulsando en 1903 a Escola de Xornalismo da Universidade de Columbia, como o exemplo máis representativo da necesidade de

elevar a formación dos profesionais, a través dunha escola específica que abría a súa integración completa na universidade. E sen dúbida o exemplo máis relevante, pero non o único. No Estado español temos documentado a existencia de cursos de xornalismo dende hai máis de 120 anos. En efecto, en 1887 o catedrático salmantino Fernando Araujo foi o impulsor dun dos primeiros cursos universitarios de xornalismo en España. Unha experiencia que noutros países europeos, como Alemaña, plásmase a finais do século XVII, o que confirma unha longa tradición da universidade europea, preocupada ao mesmo tempo pola investigación e o ensino do xornalismo.

Outra experiencia española que enlaza directamente co modelo norteamericano foi posta en marcha en 1926 en Madrid polo xornal El Debate, ao crear a primeira escola profesional de xornalismo. A Guerra Civil e o autoritarismo do réxime franquista deron ao traste con este modelo, instaurando escolas oficiais en mans do Estado e da Igrexa concibidas como filtros para delimitar o acceso dos profesionais aos medios de comunicación. A formación universitaria de xornalistas chegará da man das Facultades de Ciencias da Información e da Comunicación, creadas a partir dos anos 70 e que constitúen o antecedente da situación actual en España.

Durante unha longa primeira etapa, chea de dificultades e desatinos, as facultades intentaron dar unha resposta coherente á dobre vertente, profesional e universitaria, dos estudios de xornalismo, impartindo un primeiro ciclo de materias xeneralistas típicas da tradición universitaria humanista, reservando os dous últimos anos para coñecementos máis baseados na profesión, pero moi lonxe da praxes profesional.

Case trinta anos de estudios universitarios, serviron para afianzar as áreas de coñecemento e mellorar, sen dúbida, a formación teórica dos profesionais da Comunicación que pasaron polas aulas universitarias españolas, dando lugar a un proceso de consolidación dos estudos sen o cal sería difícil comprender a actual situación pola que atravesan estes estudios na Universidade. Este longo proceso facilitou o establecemento dunha xeración de especialistas universitarios en xornalismo e comunicación que posibilitou a profesionalización das carreiras docentes e investigadoras no ámbito das Ciencias da Comunicación. Sen este precedente non se entende o actual desenrolo dos

modernos programas científico-pedagóxicos que require a formación universitaria das titulacións de Ciencias da Comunicación.

O profesor Marcial Murciano, presidente honorario da Conferencia de Decanos de Ciencias da Comunicación, establecía hai pouco os tres eixos que marcaron ata o momento as estructura pedagóxica da formación de xornalistas:

1. As disciplinas teórico-prácticas profesionais (a redacción periodística, os xéneros e as especialidades do xornalismo.
2. As disciplinas baseadas no coñecemento científico dos procesos de comunicación e a estrutura, a historia e o desenrolo dos medios (a Teoría da Comunicación) e
3. As disciplinas baseadas no coñecemento dos entornos sociais nos que se desenvolve o comunicador (a política, a historia contemporánea, as relacións internacionais, a economía, etc.).

Despois de anos de cuestionar o modelo de formación xornalistas, por parte das empresas de comunicación e por parte dos propios titulados, a partir dos anos 90 implántase nos estudios de Comunicación en España unha nova filosofía máis ligada ás necesidades das empresas de comunicación e á aparición de novas habilidades competencias asociadas ao campo dixital que esixían un cambio de modelo cara a unha formación máis equilibrada en canto á relación teoría-práctica.

Un modelo que racha coa masificación académica da etapa anterior, converte aos centros en modernos establecementos para o ensino, dotando ás facultades de novas tecnoloxías profesionais (aulas informatizadas, laboratorios de radio e televisión, espazos multimedia) para a realización das prácticas. Iso unido a posta en marcha de novos plans de estudos con créditos prácticos que incorporan a profesionais de prestixio á Universidade e introducen as prácticas profesionais dentro do curriculum académico do alumno.

Esta situación prodúcese xusto no momento en que en Europa comeza a falarse da necesidade de construír o Espazo Europeo da Educación Superior, no horizonte do 2010, e de desenrolarse con maior ou menor éxito experiencias de intercambio entre universitarios que serviron para confrontar , a través do alumnado común, o modelo español cos dos países veciños europeos. A implantación desta estrutura universitaria baseada en dous ciclos de periodización variable, de 3 a 4 anos o primeiro, de grado, e de 1 a 2 o segundo, de postgrado, facilitará o recoñecemento de calquera título profesional no mercado de traballo europeo. os obxectivos principais da implantación deste novo marco educativo están orientados a mellorar, en primeiro lugar, a formación universitaria, en segundo lugar, o acceso ao emprego a unha idade temprana e, en terceiro lugar, a acreditación e homologación da calidade do ensino no espazo europeo.

Neste momento os estudios de Comunicación no Estado Español están a afrontar un reto que pasa pola homologación dos estudos, a definición dos títulos de grado, e o establecemento do número máximo dos créditos por titulación, ata un tope de 240, en lugar dos 300 actuais. Pero, ademais, debe acadar unha especificación precisa dos obxectivos profesionais de cada título así como dos coñecementos, aptitudes e habilidades necesarias para a súa obtención, con particular énfase nos contidos formativos comúns básicos e os contidos complementarios, estes últimos establecidos discrecionalmente por cada universidade e polas inquedanzas particulares de cada alumno.

O proceso non está sendo nada doado e mesmo, fronte a unha tendencia europea á creación dun único título en Comunicación, as facultade do Estado español, consensuaron un modelo que consolida a actual diferenciación dos estudos de Comunicación de acosdo coa demanda do mercado de traballo en tres titulacións profesionais finalistas:

Graduado en Xornalismo, co obxectivo de formar profesionais da información en calqueira tipo de soporte mediático; **Graduado en Comunicación Audiovisual, c**o obxectivo de formar a un profesional especializado nas labores de realización-dirección dos distintos medios audiovisuais: cinematográfico, televisivo, videográfico, radiofónico, de infografía e multimedia e, por último,

Graduado en Publicidade e Relacións Públicas, co obxectivo de formar a un profesional que exerce a súa actividade no ámbito das organizacións ou dende a axencia de publicidade.

As facultades españolas defenden, igualmente, a estructuracións deste estudios en 240 créditos europeos (ECTS), ou catro anos e con uns contidos comúns do 60 por cento para todas as universidades. Deste modo o 40% restante dos contidos e dos créditos permitirían aos estudantes establecer libres configuracións no seu currículo, como as dobles titulacións ou as mencións, de acordo cos súas propias expectativas e coas demandas externas promovidas pola empresa ou os entornos mediáticos cambiantes, posibilitando as universidades diferenciar os seus perfiles e facilitando, ademais, os intercambios con outras universidades a través de programas de mobilidade europeos.

Neste momento, as facultades españolas coinciden tamén en propoñer que os postgrados no campo da Comunicación, salvo para os alumnos que se decidan polo doutaramento, teñan un perfil marcadamente profesional, respondendo aos retos dun entorno profesional en profunda transformación e ao novo contexto orixinado pola integración europea e a competitividade global e, polo tanto, incorporando novas materias que non existen nos plans de estudo actuais.

En definitiva, os estudos de Comunicación están a punto de acometer unha profunda revisión das formas de ensinar e transmitir o coñecemento. Non vai chegar cunha sólida formación teórica, científica e práctica, teremos que reformular o núcleo básico do xornalismo transmitido nos últimos trinta anos. Non bastará con dominar as técnicas, será preciso comprender e dominar os principios científicos, necesarios para desenrolar e innovar nos novos entornos da información electrónica e multimedia e, sempre, cun ollo posto nas realidades específicas dos novos mercados profesionais, sometidas a procesos constantes de innovación, adaptación e cambio.

Neste novo espazo, é obrigada a relación entre os centros educativos dun mesmo marco nacional e europeo, moito máis se existen identidades culturais e idiomáticas comúns entre os que estamos a ambas veiras do Río Miño. Reflexións como a que estamos a facer nas "II Jornadas Internacionais de Jornalismo", preocupacións comúns e ligazóns como as que xa temos entre a Universidade de

Santiago e a Fernando Pessoa, colocannos no bo camiño. Un camiño ainda incerto e cheo de incógnitas pero que, en todo caso, pasa pola colaboración e o artellamento de estratexias comúns que van beneficiar aos nosos alumnos e aos nosos docentes, condenados a confluír en espazos cada vez máis comúns.

Bibliografía

Aguinaga, Enrique. *Periodismo, profesión.* Ed. Fragua. Madrid 1980

Garagy Albújar. *Nuevos retos para la formación de comunicadores.* www.saladeprensa.org. Octubre 2006. nº 93

Kapuscinqci, Ryzards. *Los cínicos no sirven para este odicio. Sobre el buen periodismo.* Ed. Anagrama. Barcelona 2002

Murciano, Marcial. *La enseñanza del periodismo, nuevos desafíos internos y externos*. Ed. Cuadernos de Periodistas. Noviembre de 2005.

(Re)Conhecer A Cidade – O Ensino do Fotojornalismo através de uma Experiência Internacional

Maria Zaclis Veiga Ferreira (Centro Universitário Positivo) e José Manuel Bacelar (Universidade Fernando Pessoa)

(zaclis@unicenp.edu.br; jbacelar@gmail.com)

Sumário

Este trabalho tem por objectivo relatar a experiência académica realizada através de um intercâmbio internacional entre o Centro Universitário Positivo – UnicenP (Curitiba - Brasil) e a Universidade Fernando Pessoa – UFP (Porto - Portugal). O intercâmbio definiu-se como projecto de extensão com o nome (Re)Conhecer a Cidade, do qual resultou um registo fotográfico de duas cidades, Curitiba e Porto, quanto às suas características físicas, sociais e étnicas.

Por meio de edições colectivas e discussões sobre o fotojornalismo e as suas características, foram contemplados os objectivos de: proporcionar ao aluno de jornalismo a compreensão dos diferentes olhares sobre um objecto ou facto fotografado; comparar as imagens recolhidas; promover a discussão sobre as semelhanças e diferenças entre Brasil e Portugal, ampliar o conhecimento dos aspectos técnicos e linguísticos de edição, e crítica de fotografia.

Introdução

A fotografia é um meio de registo repleto de significações com uma linguagem própria que, quando desvendada, apresenta, na sua simbologia, aspectos tanto daquele que opera a câmara como do que se fotografa. Compreender esta linguagem é apropriar-se de elementos que emprestam à fotografia o carácter de uma narrativa que será eternizada. Sontag aborda a perpetuação do momento por meio da fotografia, a partir da sua estrutura inversa (na qual o evento em si deixa de ser importante

porque será efémero) e a sua importância é, de certa forma, transferida para a fotografia, registo imortalizado.

> "A omnipresença de câmaras sugere, de forma persuasiva, que o tempo consiste em eventos interessantes, eventos dignos de ser fotografados. Isso, em troca, torna fácil sentir que qualquer evento, uma vez em curso, e qualquer que seja seu carácter moral, deve ter caminho livre para prosseguir até se completar de modo a que outra coisa pudesse vir ao mundo: a fotografia. Após o fim do evento, essa imagem de tempo ainda existirá, conferindo ao evento fotografado uma espécie de imortalidade (e de importância) que, de outro modo, ele jamais desfrutaria. Enquanto pessoas reais estão no mundo real matando-se a si mesmas ou matando outras pessoas reais, o fotógrafo está atrás da sua câmara, criando um pequeno elemento de outro mundo: o mundo-imagem, que promete sobreviver a todos nós." (SONTAG, 2004:22)

Neste mundo-imagem, quando as complexidades urbanas são compreendidas e apreendidas na fotografia, os registos fotográficos das cidades adquirem contornos maiores que os de interesse estético. Entre os seus inúmeros papéis, a cidade é fonte de informações sobre quem nela mora e das complexas relações da vida em sociedade.

À sua própria memória, a cidade agrega valores estéticos e sociais que nunca estão sós. Mais do que uma arquitectura, a cidade é, então, o depósito das características predominantes que a constituem, ou seja, o ambiente urbano não é estático e molda-se conforme as necessidades inerentes a cada época ou contexto.

Deste modo, quando sujeita a uma diversidade de olhares, a cidade pode sugerir diferentes interpretações enriquecedoras, como uma extensão do significado do mundo, ao mesmo tempo, tão diferente e tão igual. Essas interpretações são apropriadas pelo Fotojornalismo que as insere no universo do leitor, o qual as reinterpreta carregando-as dos seus elementos simbólicos individuais.

Roland Barthes observou que a "a foto pode ser objecto de três práticas (ou três emoções, ou três intenções)" (BARTHES, 1984:20). Neste universo, o papel do repórter fotográfico apresenta-se como o daquele que, ao operar a câmara, compreende as possibilidades que o ambiente proporciona para a construção da narrativa fotográfica.

Santaella fala de um "campo semântico de uma caça compulsiva" (1997:116), ao referir-se ao disparo fotográfico, Flusser refere-se ao fotógrafo como aquele que persegue a imagem como o caçador a caça, "com a diferença que o fotógrafo não se movimenta na pradaria aberta, mas na floresta densa da cultura" (1985:35).

Ao reflectir-se sobre o ensino do Fotojornalismo é possível perceber que "um dos grandes desafios é fazer com que o aluno compreenda que há conotações sociais projectadas nas fotografias jornalísticas e que esta conotação é capaz de construir/interferir um discurso e/ou moldar as relações entre os interlocutores, os seus enunciados e os seus referentes" (VEIGA, 2006:218).

Sem esquecer que, aliado a este desafio, é necessário proporcionar ao estudante meios para que possa desenvolver temas dos quais absorva os elementos que compõem as relações sociais.

Com o objectivo de ampliar o conhecimento sobre a prática fotográfica, a leitura de novos ambientes e os significados da diversidade do olhar, em Julho de 2006, quinze alunos do curso de Jornalismo do Centro Universitário Positivo, em Curitiba - Brasil, participaram no projecto *(Re)Conhecer a Cidade*, do qual resultou um registo fotográfico da cidade do Porto, quanto às suas características físicas, sociais e étnicas.

Através da captação fotográfica, do estudo do ambiente a ser fotografado, das edições colectivas e das discussões sobre o Fotojornalismo e das suas características, *(Re)Conhecer a Cidade* teve como objectivos específicos proporcionar ao aluno de Jornalismo a compreensão dos diferentes olhares sobre um objecto ou facto fotografado; comparar as imagens recolhidas com uma mesma intenção; promover a discussão sobre as semelhanças e diferenças entre o Brasil e Portugal e ampliar o conhecimento dos aspectos técnicos, linguísticos, de edição e de crítica fotográfica.

O projecto foi dividido em quatro fases: na primeira, os alunos entraram em contacto com um roteiro de intenções que permitiu um sentido de organização para que o registo fotográfico acontecesse sem interferência directa dos professores e sem retirar a liberdade de uma construção narrativa coerente já que, "(...) a busca excessiva por uma intenção (já na concepção do tema) pode deixar a fotografia inexpressiva - ou por aprisioná-la num recorte anteriormente identificado e marcado, ou por determinar um distanciamento tal, que as informações perdem-se por causa do isolamento do fotógrafo." (VEIGA, 2006) O roteiro de intenções, portanto, teve como temas a distribuição dos espaços públicos, as características arquitectónicas e étnicas do Porto e as singularidades da população.

Na fase seguinte, os alunos entraram em contacto com as características do Porto e de Portugal. Durante as manhãs, de segunda a sexta-feira, receberam três horas de aulas que abrangiam os tópicos "História de Portugal e do Porto", "Panorama do Jornalismo e da Fotografia na Europa e em Portugal" e "Panorama do *design* gráfico dos periódicos na Europa e em Portugal". Paralelamente, durante essas tardes e noites, decorreu a terceira fase onde, conforme o roteiro indicado pela Universidade Fernando Pessoa, os estudantes tiveram actividades turístico-culturais das quais realizaram fotografias que juntaram às que reuniram durante os seus tempos livres.

Na quarta e última fase, as fotografias foram seleccionadas em grupo, passando por um processo colectivo de edição onde foram discutidos a técnica e o conteúdo fotográficos. As imagens recolhidas foram comparadas e analisadas quanto aos aspectos de percepção do seu valor potencial. As aulas, anteriores ao registo fotográfico, foram essenciais para promover a discussão sobre as semelhanças e diferenças entre o Brasil e Portugal e proporcionar uma visão geral da Fotografia, do Jornalismo e do Design Gráfico de periódicos Europeus, mas, particularmente, Portugueses. A partir da compreensão dos elementos formadores da cultura portuguesa, os alunos passaram à discussão dos aspectos que poderiam resultar em imagens que abrangessem a percepção que tinham do país.

De entre os mais discutidos destacaram-se alguns como a pequena presença de crianças e um grande número de idosos, o saudosismo e o conformismo (identificados como fruto do sebastianismo, durante as aulas de "Cultura Portuguesa"). Estas observações nortearam grande parte das imagens e também a edição colectiva das fotos.

Conclusão

Este projecto suscitou questões relacionadas com o 'fazer' e o 'olhar' fotográfico e resultou em algumas observações. Quanto ao 'olhar fotográfico' os alunos puderam amadurecer o sentido estético, mas, mais importante, ampliar as técnicas de aproximação e entrevista, percebidas por meio dos retratos que apresentam a câmara sempre muito próxima dos fotografados, o que representa a capacidade que esses alunos possuem de se aproximar e manter um diálogo com os retratados, o que exige confiança de ambas as partes.

Quanto ao 'fazer fotográfico', os alunos tiveram oportunidade de apurar os seus conhecimentos sobre a técnica fotográfica na medida em que trocavam experiências ou refaziam as fotos que continham conteúdo informativo, mas não eram boas, tecnicamente. Por norma, as aulas abrangiam técnica e composição fotográfica. As fotos dos aspectos arquitectónicos, por exemplo, revelaram que foi o contraste entre o antigo e o novo o motivador da maior parte dos registos, o que, em muitos casos, exigiu um estudo apurado sobre a escolha da melhor distribuição dos elementos no quadro fotográfico que tenha resultasse num enquadramento ideal, e sobre a melhor técnica de registo, incluindo estudo de luz, profundidade de campo e distorção.

Finalmente, outro aspecto positivo a destacar foi o da interacção do grupo na construção de uma linguagem fotográfica coesa. Para isso, os alunos tiveram que se dispor à crítica de maneira amadurecida e analisar como se dá a construção particular da narrativa fotográfica, o que ampliou o leque de opções imagéticas na hora das captações individuais.

Desta forma, reforça-se a ideia de que o ensino de Fotojornalismo não deve ficar restrito aos aspectos técnicos, mas possibilitar aos alunos meios para apreender o jogo das relações sociais e ampliar a compreensão sobre a estrutura da fotografia enquanto discurso.

Referências Bibliográficas

BARTHES, Roland. **A câmara clara**: uma nota sobre a fotografia. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Hucitec, 1985.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia da Letras, 2004.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem**: cognição, semiótica e mídia. São Paulo: Iluminuras, 1997.

VEIGA, Maria Zaclis. **A liberdade na construção narrativa de reportagem fotográfica.** Ensaio apresentado no Intercom Sul 2006.

_____. Fotografia, ensino e celulares. In: **Jornalismo**: reflexões, experiências, ensino. CASTRO, A.; LIMA, M.; BARREIROS, T. (org.). Curitiba: Pós-Escrito, 2006.

Universidade e xornalismo en Galicia

Carme Costa Sánchez (Universidade de Santiago de Compostela)

(ccosta@usc.es)

Sumário

En Galicia, só existe unha facultade que oferte a licenciatura en Xornalismo. Trátase da Facultade de Ciencias da Comunicación, sita en Compostela, e que cumpriu o pasado ano o seu décimo quinto aniversario. A demanda destes estudos fai que dita licenciatura teña unha das notas de acceso máis altas de Galicia (xunto a Medicina e Comunicación Audiovisual). Iso implica que os alumnos cos mellores expedientes da opción de Ciencias Sociais sexan os admitidos en función do límite de prazas.

No presente traballo buscamos achegarnos ó perfil do estudante de Xornalismo de dita Facultade. Debuxar con datos o seu paso polas aulas compostelás. Os datos recabados sobre aspectos diversos (número de matriculados, porcentaxes en homes e mulleres, número de licenciados, estudantes de terceiro ciclo, etc.) permítennos establecer comparanzas co estudantado doutras facultades de xornalismo españolas, ó tempo que poñerlle rostro ós futuros traballadores dos medios de comunicación de Galicia.

1.AS LICENCIATURAS DE XORNALISMO EN ESPAÑA E EN COMPOSTELA.

Os estudos de Xornalismo en España xerminan nas escolas de xornalismo, radio e televisión, iniciadoras da actividade docente que a partires do ano 1972, coa posta en marcha das facultades de Ciencias da Información de Madrid, Barcelona e Navarra van seguir exercendo estas e outras novas facultades que irán agromando nas distintas comunidades autónomas españolas.

Na actualidade, segundo datos do Instituto Nacional de Estatística de 2006, existen en España un total de 33 universidades e centros universitarios que imparten estudos de Periodismo en España, dos cales un 55% son privados e un 45%, públicos. A Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago de Compostela (USC) forma parte desa lixeira minoría de centros públicos que ofrecen a citada titulación e leva xa quince anos facéndoo en Compostela. O que aquí buscamos é unha descrición do estudantado de Xornalismo en Galicia, que permitirá poñerlle rostro a ese centenar de alumnos que ingresan cada ano no primeiro curso da facultade compostelá.

Xornalismo en feminino

O primeiro dato que podemos indicar é que, seguindo a tendencia do que acontece no resto de facultades españolas, son maioritariamente mulleres as que se interesan polos estudos en Xornalismo dende os inicios da licenciatura, a comezos dos anos 90. Se temos en conta o número de matriculados dende o curso 1998-1999 até o actual 2006-2007, observamos como o 72,94% dos matriculados en Xornalismo son mulleres, mentres que un 27% dos mesmos son homes.
Se tomamos como criterio os estudantes licenciados dende a promoción do curso 1994/1995 até a de 2001/2002, podemos ver que se trata dun 74% de mulleres fronte a un 26% de homes (Túñez, M. e outros, 2004: 12).

Polo tanto, a tendencia é a que exista nas aulas de xornalismo unha proporción entre alumnado de 7 mulleres fronte a tres homes.

Os mellores expedientes

Maioría de mulleres, primeiro dato a apuntar. Ademais, sabemos tamén que a nota de entrada na licenciatura percorreu unha traxectoria ascendente até acadar o seu punto máis alto nos primeiros anos do novo século, superando o 8, e baixando despois até ubicarse na actualidade nun 7,51, once décimas menos que o curso pasado (cando se situou nun 7,66). Cómpre aclarar, non en tanto, que o mesmo ocorre coas outras licenciaturas da rama das Ciencias da Comunicación en Galicia (isto é, Publicidade e Comunicación Audiovisual), que, inda que nunca acadaron a alta nota de corte de Xornalismo, si experimentan dun tempo a esta parte certa caída nas súas notas de acceso.

A pesares desta tendencia á baixa na nota de corte, o que implica tamén unha caída na demanda destes estudos, a licenciatura de Xornalismo en Compostela só resulta unha opción asequible para os alumnos coas mellores cualificacións na ESO, no curso previo á Universidade e nas probas de entrada á mesma. Polo tanto, trátase duns estudantes cunha media nunca inferior ó Notable. Proba disto é que segue a haber alumnado galego que se ve obrigado a marchar a outras universidades foráneas porque a nota de acceso lles impide acceder ós estudos elixidos, entre eles os de xornalismo. “Entre os que marchan detectamos un grupo importante que non ten suficiente nota para facer a súa elección en Galicia. Por exemplo, este curso marcharon 37 a estudar Medicina fóra; 12, a facer Odontoloxía; 18, a Xornalismo; e outros 18, a Comunicación Audiovisual a facultades con notas de corte menores", explica José Ramón Leis Fidalgo, director xeral de Universidades[112].

Unha vez acceden á Universidade, os estudantes de Xornalismo teñen que superar un total de 300 créditos para obter a titulación. Estes créditos repártense en dous ciclos, un primeiro ciclo con máis

[112] “Los campus atraen a 534 nuevos alumnos de otras universidades”, *El Correo Gallego,* 26/12/2006.

carga de créditos troncais e obrigatorios e un segundo ciclo, máis tendente cara ás materias optativas.

Ciclo	Curso	Créditos troncais	Créditos obrigatorios	Créditos optativos	Créditos de L.configuración.	Total
I	1º	69	6	0	0	75
	2º	6	48	12	6	72
II	3º	40	26	12	0	78
	4º	14	0	36	25	75
Total		**129**	**80**	**60**	**31**	**300**

Táboa nº 1. Créditos necesarios para licenciarse en Xornalismo en Compostela.

En total, catro cursos. Mentres que o primeiro curso se adica máis ben ás materias afíns (como Historia, Ciencia Política, Economía, Documentación Informativa ou Lingua), e polo tanto podemos caracterizalo como o nivel máis xeral, o cuarto curso representa aqueloutro da especialización, podendo escoller entre dous camiños: o do Xornalismo Audiovisual ou o do Xornalismo Electrónico, pois son ámbalas dúas as especializacións que oferta a licenciatura de Xornalismo en Compostela. Namentres que a primeira prepara os alumnos para o traballo específico en medios audiovisuais (radio e televisión), a segunda busca a súa especialización cara á medios electrónicos.

2. OS PRIMEIROS CONTACTOS CO MERCADO LABORAL. A REALIZACIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS.

As relacións entre a Universidade e o sector empresarial permiten que o alumnado de Xornalismo poida realizar prácticas no tecido empresarial dos medios de comunicación e nas institucións galegas, unha toma de contacto moi necesaria para coñecer a realidade práctica da profesión. En datos a nivel español, o sector que durante o curso 2005-2006 acolleu a un maior número de estudantes en prácticas foi a *Prensa* co 32,5% do total. Seguida da *Televisión* e da *Radio,* ámbalas dúas igualadas cun 22'1% e un 21,3% respectivamente. Os *Gabinetes de comunicación*, tanto de institucións públicas como de empresas privadas, acollen, pola súa banda o 14,3% dos bolseiros.

Sírvanos este marco xeral, para estabelcer comparacións co que ocorre aquí en Galicia, onde o alumnado pode realizar prácticas en empresas nos cursos do segundo ciclo, é dicir, en terceiro e / ou en cuarto. As convocatorias de prácticas adoitan estruturarse en dúas grandes tempadas:
a) *Prácticas de Inverno*, o que implica menos horas ó día, inda que durante máis meses (ben de Outubro a Marzo, de Marzo a Outubro, de Novembro a Abril, ou de Abril ate Novembro) para poder compatibilizalas cos estudos,
b) *Prácticas de Verán*, reducidas ós meses de Xullo/ Agosto e Setembro, pero máis horas ó día.

Segundo datos da Oficina de Seguimento de Prácticas da Facultade de Ciencias da Comunicación, dende a promoción 1992/93 até a promoción 2006/2007 (tendo en conta que desta última -por motivos obvios- só se contabiliza unha convocatoria de prácticas) realizaron prácticas mediante convenios suscritos entre a Universidade e diversas empresas e / ou organismos de carácter público e privado, un total de 1620 alumnos. O curso académico no cal máis alumnado realizou ditas prácticas foi o de 2005-2006 (153 alumnos), seguido do 2003-2004 e 2001-2002 (ambos con 148 alumnos).

En canto ó xénero, as mulleres son en liña co exposto ate o de agora, as que tamén prevalecen a este respecto, sendo maioría en todos os cursos ó longo do período xa citado.

Por medios, as tendencias aseméllanse bastante ó que acontece no resto de España. Deste xeito, a *Prensa* é o medio que máis estudantes en prácticas acolle cun 40,43% dos mesmos, seguida da *Radio* (cun 17,40%), a *Televisión* (cun 15,92%), os *Gabinetes* (cun 14,87%), e as *Axencias de noticias* (8,76%). Á categoría de *Outros*, na que se inclúen medios electrónicos, asociacións ou o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, correspóndelle o 2,59% restante.

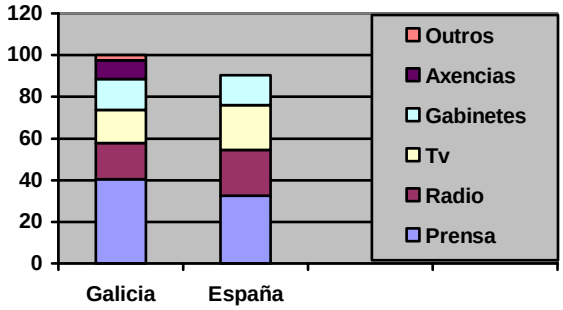


Gráfico nº 1. Medios que acollen máis alumnado en prácticas en Galicia e en España

Polo tanto, a nivel práctico, podemos concluír que os estudantes saen da facultade máis coñecedores da realidade no medio Prensa, que é posteriormente, quen absorberá unha maior cantidade de licenciados en Xornalismo, posto que en base a datos de 2000[113], dos xornalistas galegos, un 43.3% traballa en medios escritos, seguidos da televisión (20.33%), a radio (18%), os gabinetes (9.67%), as axencias (6.33%) e a docencia (2.33%).

[113] Para unha consulta máis polo miúdo, pódese consultar: *Condicións laborais e actitudes profesionais nos medios de comunicación,* López, Xosé/ Túñez, Miguel (coord.), Consello da Cultura Galega, 2000, dispoñíbel en http://www.consellodacultura.org/mediateca/publicacions/condicions_xornalistas.htm).

3.- O TERCEIRO CICLO. DOUTORANDOS E DOUTORES.

Tras rematar a licenciatura, moitos alumnos optan por continuar a súa traxectoria académica mediante os estudos de Terceiro Ciclo. A nivel estatal, dende 1999 até 2004, o número de estudantes que accederon a estudos de Terceiro Ciclo experimentou un forte aumento, dun 75%, sendo as universidades públicas as que rexistran unha maior cuota de inscricións nos seus programas de doutoramento.

O programa de doutoramento do Departamento de Ciencias da Comunicación denominado 'Comunicación e Xornalismo' tamén experimentou un incremento no número de matriculados. Así dende o curso 1998-1999 até o actual 2006-2007, duplicouse, é decir, incrementouse nun 50% o alumnado matriculado no citado programa. Ademais, a presenza feminina foi maior dende os inicios, inda que se nun principio a diferenza era máis reducida – un 57% de mulleres e un 43% de homes no curso 1998-1998- a partires do curso 2000-2001, a diferenza fíxose máis ampla, superando o sesenta por cento a presenza feminina en todos os casos.

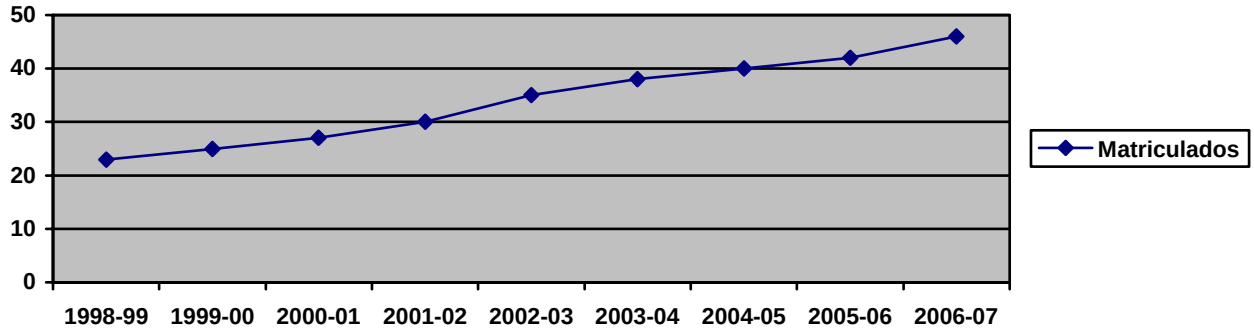


Gráfico nº 2. Alumnos matriculados no programa de doutoramento 'Comunicación e Xornalismo' por cursos.

Respecto do número de doutores, en España, sorprende o baixo número de teses que se realizan en comparación coa gran cantidade de alumnos matriculados en programas de Doutoramento. Porén, cómpre destacar que o número de novos doutores en Ciencias da Información dende o ano 1997

seguiu unha constante tendencia á alza. Realizando a distinción por sexos, as mulleres que presentaron a súa tese de doutoramento supoñen o 44%, fronte a un 56% de homes.

En Galicia, cómprese novamente a premisa dun elevado número de doutorandos en Xornalismo respecto do baixo número de teses presentadas, é dicir, de doutores. Sometendo dito aspecto a unha análise por curso, observamos como o curso 2000-2001 foi no que máis teses en Xornalismo se presentaron (un total de soamente cinco), mentres que houbo cursos de auténtica sequía a este respecto, coma o 1998-1999, o 1999-2000 ou o 2004-2005, nos que ningunha tese foi presentada.

Atendendo ó xénero, trátase da primeira vez que o número de homes supera ó número de mulleres nunha das categorías académicas analizadas. Así, hai máis mulleres matriculadas ,a licenciatura en Xornalismo, máis mulleres licenciadas, máis mulleres matriculadas no Terceiro Ciclo e, porén, son minoría as mulleres doutoras, que representan un 40%, fronte ó 60% de homes doutores, un dato para a reflexión.

4. O PANORAMA PROFESIONAL DO XORNALISMO EN GALICIA.

Rematados os seus estudos, quizais continuando en paralelo cos cursos de doutoramento do Terceiro Ciclo, quizais non, os licenciados en xornalismo, unha media de 94 por curso, atoparanse cun mercado de traballo que presenta unhas características[114] que iamos anticipando até o de agora:

Un 43.3% dos xornalistas galegos traballa en medios escritos, seguidos da televisión (20.33%), a radio (18%), os gabinetes (9.67%), as axencias (6.33%) e a docencia (2.33%). Comparativamente cos medios nos que realizaron prácticas durante os seus estudos, cómpre sinalar que a televisión lle gaña posicións ao medio radio e aos gabinetes na realidade profesional.

[114] Datos extraídos de: *Condicións laborais e actitudes profesionais nos medios de comunicación,* López, Xosé/ Túñez, Miguel (coord.), Consello da Cultura Galega, 2000, dispoñíbel en http://www.consellodacultura.org/mediateca/publicacions/condicions_xornalistas.htm, polo tanto trabállase con datos do ano 2000.

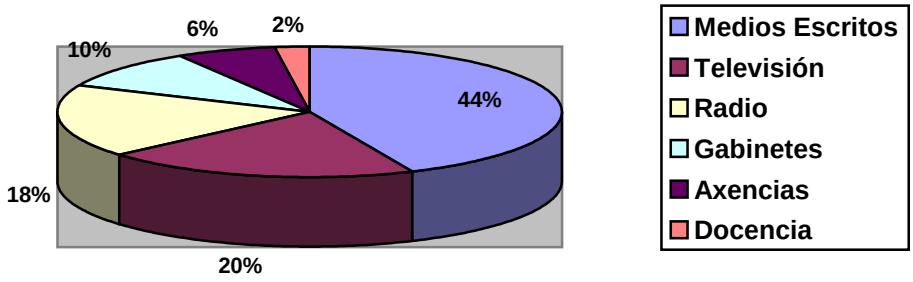


Gráfico nº 3. *Medios nos que traballan os xornalistas galegos*.

Un 58% dos xornalistas galegos son homes e o 42%, mulleres, dato chamativo se temos en conta a maioría de mulleres que cursaron a licenciatura. Concretamente, no curso 1999-2000, licenciáronse 94 mulleres e 30 homes. Na prensa e na docencia é onde se apreza unha maior diferenza, sendo a porcentaxe de homes do 67.7% e do 32.3% de mulleres no caso da prensa escrita, e do 71.4% e 28.6%, respectivamente, no caso da docencia. No tocante a axencias e gabinetes, a porcentaxe de mulleres é lixeiramente superior á dos homes, en tanto que na radio e na televisión as proporcións de homes e mulleres son iguais.

Atendendo, ás cifras de paro, subliñamos que no ano 2000, estaban desempregados 13 de cada 100 xornalistas galegos (un 12, 87%), dos cales un 20,67% eran mulleres, fronte a un 7,13% de homes.

A idade media dos xornalistas que traballan en Galicia é de 32 anos. Atendendo a diferenzas de xénero, podemos subliñar que a idade media no caso das mulleres é de 30 anos, mentres que no caso dos varóns é de 34. En canto ós medios, non hai diferenzas significativas aínda que no caso da docencia é onde aparece unha media de idade maior.

Respecto dos estudos, o 65.7% di estar en posesión do título de licenciado en Ciencias da Información, porcentaxe á que hai que sumarlle o 16.3%, que sinala formación universitaria noutras disciplinas. O 6.7% asegura ter estudos universitarios de ciclo medio. O 9.7% estudou ata COU ou FPII.

5. VALORACIÓN DA CARREIRA POLOS LICENCIADOS.

Cando un sae da facultade ó mundo, e se enfronta ó mercado laboral, percátase daquelas carencias ou pola contra daqueles aspectos positivos que caracterizaron a súa etapa de estudos universitarios. Por iso, resulta de grande utilidade coñecer o que pensan os licenciados en Xornalismo dos seus anos de estudos[115]. En principio, a **valoración global** que fan os licenciados en Xornalismo pola USC é positiva, pois 8 de cada dez licenciados aseguran que rematar a carreira foilles "moi" ou "bastante importante" para incorporarse ó mercado laboral.

Respecto da valoración da **formación** recibida nos anos de facultade, esta é cualificada como "regular" por un 49,9% dos preguntados, e como "boa", por un 40,1%.

Entre os aspectos mellor valorados polos ex alumnos sobresaen as estadías de prácticas en empresas (un 56,2% así o consideran), mentres que no outro extremo, entre os ítems menos valorados están o dos Profesores (un 31,5%) ou a disconformidade en que lle foron impartidos algúns dos coñecementos teóricos (24,6%).

A respecto das **Prácticas**, cabe destacar asimesmo que se trata da principal vía mediante a que os licenciados aseguran ter obtido o seu posto de traballo actual, seguida dos contactos persoais (24,6%) e do envío de currículos (18,6%).

[115] Os datos proceden de Túñez, Miguel / Pérez, Marcos / Gómez, Rosa. *Estudo e análise das saídas profesionais da licenciatura de Xornalismo (1995-2002)*. Universidade de Santiago de Compostela, 2004.

Pero a maioría dos licenciados en Xornalismo pola USC continuaron a formarse tras rematar a carreira. Así, dous de cada tres licenciados (un 69,9% dos entrevistados) fixeron algún outro tipo de estudo trala licenciatura: un 18,6% optou por facer outra carreira, un 12,8% por estudar idiomas, un 11,6% por seguir cos estudos de Terceiro Ciclo, un 8,4% por facer un máster -a mesma porcentaxe inclinouse por facer o CAP- e o 6,2% de estudos de posgrao.

Preguntados por unha serie de achegas para mellorar o plano de estudos, o 40,9% coinciden en sinalar que se debería incorporar o ensino de linguas estranxeiras, seguido do ensino de novas tecnoloxías (un 14,7% das despostas) e o reforzo de materias non específicas (un 7,9%) e de disciplinas vinculadas aos medios audiovisuais.

Escoitar a voz dos licenciados unha vez se achegan ó mercado laboral constitúe unha das mellores vías para poder ampliar a formación impartida na licenciatura, polo que multiplicar estas canles de comunicación entre a Universidade e os seus licenciados pode ser unha boa maneira de saltar esa franxa separatoria entre a formación e a práctica posterior, algo do que a miúdo se lle acusa, non sempre con xustiza, á universidade.

Fontes Documentais

"Informe sobre la Formación Laboral de los Periodistas", en *Informe Anual de la Profesión Periodística,* Asociación de Prensa de Madrid, 2006, pp. 80-100.

López, Xosé/ Túñez, Miguel (coord), *Condicións laborais e actitudes profesionais nos medios de comunicación,* Sección de Comunicación, Consello da Cultura Galega, 2000.

Túñez, Miguel / Pérez, Marcos / Gómez, Rosa. *Estudo e análise das saídas profesionais da licenciatura de Xornalismo (1995-2002).* Universidade de Santiago de Compostela, 2004.

Oficina de Seguimento de Prácticas da Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago de Compostela.

Secretaría Xeral da Universidade de Santiago de Compostela.

INTERNET: Possibilidades e ameaças para a rádio musical

João Paulo Meneses (TSF)

jpm@tsf.pt

Abstract

A rádio musical não será a mesma com a revolução em curso na indústria discográfica, provocada pela Internet. O que era, até há pouco, uma aliança quase sagrada entre rádio e música está a desfazer-se rapidamente. A indústria deixou de precisar da rádio para se promover. E os ouvintes, sobretudo os mais jovens, deixaram de precisar da rádio para ouvir e saber. Têm o controlo. Os novos suportes disputam com a rádio a portabilidade e a acumulação. Resta a oportunidade para a nova rádio, mesmo musical, tentar afirmar-se como interactiva e convergente, a partir da Internet

1.0 Introdução (e metodologia)

Existe uma velha máxima na comunicação que diz que um novo meio (ou uma nova tecnologia) não anula o anterior; ambos se acomodam e se adaptam, coexistindo. E o exemplo que costuma ser dado é o da rádio: não morreu com a chegada da televisão. Mesmo que Wolton considere que as novas tecnologias não impõem por definição uma nova hierarquia entre novos e velhos meios, o futuro é, como diz Martinéz-Costa, uma «encrucijada»[116].

A Internet ameaça pôr em causa este princípio, tais as mudanças que está a provocar. Na própria rádio. E sobretudo na rádio musical.

[116] Martinéz-Costa e Moreno Moreno, 2004:322

> «Sin embargo el momento radiofónico actual es complejo como pocos en la historia del medio y requiere una abnegada e ingeniosa atención. Y si la circunstancia merece esmero, reflexión y vigilancia es porque la situación es mucho más peligrosa que la generada por la llegada de la televisión. Posiblemente este sea el conflicto más complejo de los vividos por la radio hasta el momento presente porque afecta a su propia raíz. A la radio y - no se olvide-, a los demás medios de comunicación" (Faus Belau *in* Martinéz-Costa, ed, 2001: 16)

A rádio musical, e em concreto a rádio comercial musical, é a verdadeira herdeira do choque provocado pelo aparecimento da televisão: com menos ouvintes, passou também a ter menos dinheiro para suportar os seus próprios conteúdos. Em simultâneo, a indústria discográfica descobre que a rádio pode ser um suporte de marketing único. A relação passou a ser de tal maneira dependente que há mesmo quem admita um «empobrecimento do meio»[117].

A Internet está a mudar tudo, oferecendo – de diversas formas – mais e melhor música (do ponto de vista dos consumidores, que passaram a ter o controlo da situação)[118].

A rádio não musical parece abrigada desta turbulência, podendo, até, tirar da Internet grandes benefícios (a Internet é, por isso, e em simultâneo, uma oportunidade e uma ameaça). Abrigada porquê?

Ganha quem tiver os conteúdos, é outra máxima que se vai ouvindo. E se a Internet (os computadores, a digitalização) tem a música, não tem a voz, não tem a espontaneidade do directo, não tem sentimentos nem emoções.

---

[117] Crisell, 1994: 65

[118] Números que não deixam margem para dúvidas: «A rádio permanece a forma mais popular de ouvir música; no entanto a escuta de rádio caiu quarto por cento desde o ano passado (194 milhões de pessoas com 13 ou mais anos ouviram música em Março de 2005, *versus* 203 milhões que ouviram em Março de 2004). Pelo contrário, ouvir música armazenada num computador aumentou 22% (63.2 milhões contra 77.2 milhões), a escuta de rádio online aumentou 18 % (45.3 milhões contra 53.5 milhões) e a música online emitida livremente por streaming subiu 37% (33.7 milhões contra 46.1 milhões)» *in* "The NPD Group: Computer Listening Behaviors On The Rise", 12/05/05 (cons. a 06/01/07).

O problema da rádio não musical será, portanto, outro – se o meio rádio não se tornará obsoleto, a partir do momento em que os mais jovens (os que procuram a música) se desabituam de ouvir. Como disse o presidente da empresa de estudos mediáticos Jacobs Media, Fred Jacobs, «*Quando só existíamos nós* [a rádio]*, eles* [os jovens] *acabariam por nos encontrar. Mas, hoje, há toda uma série de lugares onde podem ir. Se não crescerem connosco, por que é que virão ter connosco?*»[119]. Aliás, uma das poucas certezas que existem nestes poucos anos de transformações em curso é que os mais jovens estão a ouvir menos rádio. No mercado radiofónico mais desenvolvido, o dos Estados Unidos, os números de 2006 e as previsões para 2007 apontam para os valores mais baixos dos últimos 10 anos (cerca de 12 horas por semana, quando em 1997 eram superiores a 17 horas)[120]. É, como lhe chamaram nos Estados Unidos, «uma tempestade perfeita»[121].

Estas questões são relevantes para o contexto metodológico deste trabalho – como qualquer outro que se dedique a avaliar impactos e consequências da nova tecnologia digital, faz todo o sentido invocar ressalvas perante as incógnitas. Pretende-se, contudo, em defesa da sua validade científica enquadrar os sinais em tendências mais vastas. Até porque, como todos concordam, o futuro já começou. Sem perder de vista a precariedade dos próprios conceitos, sujeitos a revoluções por conta de múltiplos desenvolvimentos tecnológicos.

Outras notas metodológicas:

- como se verá, é o próprio conceito de rádio – tal como o conhecemos hoje – que está em causa, com a mudança de paradigma, principalmente, na emissão (mais do que podermos ouvir em novos suportes que têm diversos nomes mas não rádio). Neste trabalho, embora a questão se ponha, não há uma resposta;

[119] «Consultant Tells Radio: "You Reap What You Sow"», Radio Ink, ?/12/2006 (cons. a 6/01/07)
[120] «Bridge Ratings 2007 Projections & Predictions», Bridge Ratings, 01/01/07 (cons. a 6/01/07). A mesma tendência é confirmada por um outro estudo da Research Director Inc.: «o tempo dispendido a ouvir rádio nos 12 principais mercados [dos EUA] é em média de 19 horas e 55 minutos. Isto representa uma queda de 3,4% nos últimos três anos» («Research Director Reports: Radio TSL Down In Past Three Years», Rádio Ink, 14/02/06; cons. a 06/01/07)
[121] «Radio Industry Only Needs to Look at Water», Audiographics, 12/05/05 (cons. a 6/01/07)

- Com excepção dos títulos das obras/artigos, todos os textos em inglês são apresentados em português. Mesmo aqueles que não foram traduzidos antes.

- Existem diversas ligações – como se compreende – a endereços na Internet, provavelmente menos perenes do que um texto impresso. Além do endereço, acrescenta-se a indicação da última data de consulta (cons.);

- Além das fontes bibliográficas, este trabalho recorre a diversos estudos de opinião realizados nos EUA, por vezes com amostras reduzidas. A compensação é feita pela utilização, em cada momento, de mais de um estudo;

- Muitas das ligações estão alojadas num blogue chamado O Segundo Choque, que serve de back up a este trabalho (A ideia de segundo choque é, aliás, genética a estas reflexões: este é o segundo choque tecnológico que a rádio enfrenta, depois da televisão);

2.0 Uma revolução chamada Internet

Em meados da década passada afirmava-se que a Internet seria o FM do novo milénio. Ou seja, que a Internet faria no século XXI aquilo que o FM (a que deveríamos associar a utilização quase simultânea do transístor[122]) fez pela rádio numa altura em que apareceu com toda a força a televisão. Não foram poucos os que previram a morte da rádio perante o choque provocado pela televisão – no fundo, a televisão apresentava-se como a rádio com imagem, recorrendo a muitos dos programas da rádio e a muitas das suas vozes mais conhecidas.

Porquê ouvir rádio se havia a televisão, muito mais atraente?

[122] A frase «a Internet é o transístor do novo milénio» seria mais correcta, na medida em que entre o FM e o transístor, foi este último o determinante; nos EUA ou no Brasil por exemplo ainda há estações só em AM

Além do mais a rádio estava limitada – durante a primeira metade do século passado – por diversas condicionantes, mas sobretudo duas: receptores (de válvulas) sem portabilidade e deficiente qualidade de propagação/recepção, sobretudo de música.

O transístor veio diminuir muito o tamanho (e o preço…) dos receptores, tornando-os portáteis e móveis (sendo possível conciliar a utilização de pilhas para lhes dar autonomia); a exploração do FM (e, pouco depois, a utilização do estéreo) permitiu ouvir música com muito mais qualidade[123].

Neste cenário, a rádio deixou a sala e a escuta nocturna e colectiva, para passar para outras divisões da casa (onde a televisão não entrou, como a casa de banho, ou demorou a entrar, como a cozinha) e sobretudo para o carro, num acto cada vez mais individual. Ora isto significa que a rádio passou a ser ouvida a outras horas, em complementaridade com a televisão[124], e se afirmou como meio secundário[125].

O FM e o transístor, conjugados como novo meio de emissão e novo meio de recepção respectivamente, salvaram a rádio de uma morte anunciada?[126]

É muito provável que se essas duas tecnologias não tivessem sido postas ao serviço da rádio em simultâneo com o choque provocado pelo aparecimento da televisão, ou seja que se a rádio ainda usasse apenas a AM e os receptores fossem de válvulas, que tivesse acabado por desaparecer. É uma especulação, naturalmente, não confirmável, mas parece certo que, se as duas tecnologias tivessem demorado duas décadas a aparecer, a rádio não resistiria.

2.1 As múltiplas vantagens trazidas pela Internet

[123] Não sem desvantagens: o curto alcance geográfico de muitas das frequências de FM é ainda, cinquenta anos depois, um problema, resolvido em parte pelo RDS e pela associação em cadeia de outros emissores à mesma rádio, mas isso não para as rádios locais

[124] É neste contexto que se compreende uma máxima dos departamentos comerciais de muitas rádios, segundo a qual a rádio tem 13 horas de prime-time (das 7 às 20), contra as quatro da televisão (20-24)

[125] Crisell chama-lhe «blind medium» e exemplifica com a música: «a ausência virtual de sentido (…) da música faz com que seja altamente compatível com a rádio como meio" (Crisell, 1994:49); Shingler e Wieringa preferem falar num meio invisível (*On Air. Methods and Meanings of Radio*,London: Arnold, 1998, pág. 74)

[126] São recorrentes os fantasmas sobre a extinção da rádio, nunca confirmados; mas essa constatação não é garantia irreversível sobre o que pode acontecer no futuro

A Internet, contudo, não é o FM do novo milénio. O FM é um modo de emissão (o transístor, de recepção). A Internet é, ela própria, um meio que pode servir de emissão e de recepção de rádio, influenciando outros dois elementos do processo comunicativo: a mensagem e o feedback.
Enquanto o FM e o transístor são iniciativas para servir a própria rádio, de alguma forma esgotando-se aí a sua utilidade[127], a Internet não apareceu por causa da rádio nem está directa e unicamente ao seu serviço. A rádio, como muitas outras tecnologias, usa-a. Só que também suspeita dela.
Ou seja, a Internet é, ao mesmo tempo, uma oportunidade mas também uma ameaça. O FM surgiu para «salvar» a rádio, a Internet até pode acabar com ela…

2.1.1 Na emissão

A presente enunciação de um conjunto de vantagens é feita à luz das técnicas e tecnologias actuais, certamente em contínua e acelerada mutação; por outro lado, como se verá, a separação, daquilo aqui se designa de vantagens, por áreas de intervenção não é clara, uma vez que existem pontos de contacto mútuos:

- a Internet é infinita, enquanto o espectro de modulação (FM e AM) é limitado e gerido administrativamente. Ou seja, criar rádios na Internet será (é) algo banal, muito mais barato e simples em termos técnicos. Como consequência, podem aparecer muito mais rádios, privilegiando a segmentação e dirigindo-se a públicos cujos interesses, por minoritários, não eram servidos pelo sistema «comercial» ou «industrial» em vigor[128];

[127] Os transístores começaram posteriormente a ser usados noutros suportes, como os telemóveis
[128] O narrowcasting por oposição ao broadcasting; sobre o narrowcasting: «*uma estação de radio reafina o formato da sua programação de forma a poder atrair um grupo muito claro, estreito e definido de ouvintes, que serão 'entregues' a um igualmente muito claro grupo d anunciantes»* (Hendy**,** 2000: 32)

2.1.2 Na recepção

- a Internet é, e será cada vez mais, planetária e democratizada, o que significa que a escuta através do actual espectro radioeléctrico poderá ficar obsoleta[129]. Neste contexto, ouvir em Portugal, ou em qualquer outro local, uma rádio da China apenas depende dela emitir através da Internet. Mesmo no carro, com a proliferação de redes de banda larga móveis[130] e o aparecimento de receptores multimédia (que serão muito mais do que simples rádios multimédia, mas consolas convergentes com diversas tecnologias, não apenas Internet), será muito fácil sintonizar uma estação emissora na WWW do que o fazer no espectro electromagnético[131]. Por outras palavras, devido à forte conotação convergente da Internet, teremos, num futuro não muito distante, mais receptores gerados pela Internet do que os actuais receptores hertzianos.

- um dos mais graves problemas da rádio contemporânea é a dificuldade de persistência da mensagem – em resultado da tal escuta «secundária» e também da sua irrepetibilidade[132]. A Internet permite, através do texto, perpetuar a mensagem e através da colocação de programas/sons em arquivo ouvi-los quando o ouvinte pode/quer. Neste domínio, o podcasting apresenta-se como a técnica mais facilitadora, das que se conhecem: quanto mais «feeds»[133] as rádios colocarem nos seus conteúdos (dos programas maiores às notícias mais pequenas) mais liberdade darão ao ouvinte de construir o seu próprio noticiário, de ouvir quando pode, de não perder o seu programa favorito, porque a essa hora está, por exemplo, a trabalhar;

---

[129] O Parlamento Europeu aprovou uma resolução em 16/11/05 no sentido de uniformizar a transição do analógico para o digital até 2012 (cfr. « (ACT) Todas as rádios europeias no digital até 2012», consultado 16/12/06), discutindo-se em muitos países aquilo que em termos técnicos se designa por «switch off». Por ironia, uma parte desse espectro pode vir a ser usado para transmissão de dados (música…) em banda larga (cfr. «Free Internet for All?», Beradio.com, 22/05/06)

[130] O sistema WiMax, ou 4G, parece ser, nesta altura, aquele que mais garantias oferece de permitir uma escuta em andamento, mas não é o único que está a ser desenvolvido

[131] «(…) a GM estuda um carro em que o rádio é comandado pela voz. O ouvinte pode pedir para sintonizar uma emissora, não a do ar, mas a da Internet. Com essa interactividade, o meio perde o controlo sobre o ouvinte, passando o ouvinte ter o controlo sobre o rádio", CUNHA, Magda Rodrigues da, "O Valor da permanência do rádio", revista Conexão, v. 2, n. 3, Universidade Caxias do Sul, 2003, pág. 68

[132] Guardar um recorte ou uma fotocópia de uma notícia é muito mais fácil. Dir-se-á que gravar rádio é igual a gravar televisão. Mas o facto de a televisão obrigar a uma imobilização e a rádio ser ouvida muitas vezes em movimento faz com que a gravação através do vídeo seja mais prática (e mais desenvolvida tecnicamente) do que gravar através do transístor, por exemplo no carro

[133] Códigos ligados a conteúdos que, subscritos pelo consumidor, permitem a actualização no computador

- a aposta em informação nas páginas web, que sejam sobretudo portais, pode ter consequências positivas a dois níveis: fidelizar os seus ouvintes, dando-lhes mais informação sobre a própria rádio e, naquelas rádios que tenham informação, transformá-las em meios multimédia, melhor preparados para a concorrência;

- um projecto como o «Visual Radio»[134] vai ao fundo da idiossincrasia radiofónica: traz imagem e informações escritas ao visor do rádio – quando estes estiverem dissiminados –, do telemóvel ou do ecrã de computador, potenciando a portabilidade. Imagens que tanto podem ser a fotografia do artista que está a ser ouvido como uma mensagem publicitária (e este é um dado relevante). O sistema, criado pela Nokia em 2003, ainda se encontra numa fase muito embrionária. No entanto, quase todos os sistemas de transmissão através do streaming (recebidos em suportes que permitam visualização de imagens ou texto) já representam um avanço face ao que é hoje a rádio[135]; Outro exemplo é o iSeeTv, embora apenas na web;

- softwares de pequena ambição podem ter impactos muito interessantes nos ouvintes. Aquela música, por exemplo, de que só fixamos duas ou três palavras e não sabemos o nome pode ser encontrada através do Songtapper. E porque não oferecer as traduções das músicas anglo-saxónicas mais tocadas, como faz a Rádio Guarani FM?

2.1.3 Na mensagem

- Quando se diz que a Internet incentiva a segmentação, porque é fácil criar rádios, isso significa a possibilidade de ganhar novos ouvintes para a rádio, atraídos por novas mensagens (ou novos conteúdos, como hoje se diz). Isso também acontece a partir do momento em que o streaming

[134] Cfr. http://www.visualradio.com/vr/about.htm (consultado a 9/12/06)
[135] Cfr. por exemplo o projecto Smart Radio (consultado a 30/12/06) ou a simples informação que é dada em muitas páginas de rádios sobre a música que está a ser transmitida

começou a chegar a novas plataformas de recepção, como os telemóveis[136] ou as consolas de jogos[137]. Também aqui poderá haver novos ouvintes;

- a Internet cria novos conteúdos, directamente como se viu no exemplo anterior, mas também indirectamente: o podcast (quando não se limita a retransmitir o que foi para o ar), os arquivos on line (que antes não eram possíveis), as web-radios ou as informações escritas (ou com imagem, como o «Visual Radio») nas páginas oficiais (ou portais) são novas mensagens que antes não existiam; são mais mensagens a juntar às que existiam;

- a partir do momento em que a Internet liberaliza o aparecimento de novas e múltiplas rádios isso também significará mais gente – fora de qualquer sistema profissional – a produzir programas; essa diversidade na oferta será uma mais-valia, até porque é conhecida a queixa de que quanto mais concentrado é o sistema de propriedade menos oferta existe[138]; a própria aparente pluralidade de formatos não é, afinal, um sinónimo de diversidade, como se percebe pelas palavras de Cebrián Herreros:

> «La concentración de emisoras en grandes ciudades podría haber sido una ocasión para la ampliación y diferencia de ofertas, sin embargo, está suponiendo mayor concurencia con idénticos planteamientos. Y además con una estrategia similar de concentración de los mismos tipos de contenidos a las mismas horas. Así es la programación de los noticiarios, de los magazines, de las transmisiones deportivas, de la difusión, de la musica, etc.» (Herreros, 1994: 426).

[136] O projecto «iRadio» da Motorola, por exemplo, inclui cerca de 600 canais distribuídos a partir de um telemóvel; ou seja, os canais streaming já não são pensados a partir da lógica de escuta na Net. Cfr. «Motorola iRadio readies launch», 05/10/06, EETImes (consultado a 9/12/06)
[137] As consolas (Nintendo, PlayStation ou Xbox) permitem inserir cartões de memória, onde pode estar música, ou receber streaming, caso da PSP da Sony
[138] Cfr por exemplo «Watchdog says US public hurt by radio consolidation», 13/12/06, Reuters (consultado a 16/12/06)

2.1.4 No feedback

- Através da Internet e da digitalização surgem novas e mais eficazes formas de expressar o feedback dos ouvintes, seja reforçando os canais de diálogo (generalização do e-mail ou uso do SMS) seja através da colocação de ferramentas que dão algum poder aos ouvintes (votações on line, possibilidade de escolher temas e abordagens, escolhas mais selectivas em função dos interesses próprios, possíveis com o podcast e o sistema de feeds). Mais: a generalização dos telemóveis permite interagir mais facilmente a qualquer momento e não apenas, como antes acontecia, quando se estava perto de um telefone da rede fixa. Provavelmente o sonho de Brecht nunca será concretizado, mas nenhuma outra tecnologia apareceu tão bem posicionada para o realizar[139]. Com a Internet chega-se ao ponto de criar rádios pessoais, formatadas de acordo com os gostos de cada um, como acontece com os canais de áudio streaming, ou de ser possível inquirir os hipotéticos ouvintes sobre um determinado formato[140].

- Aliás, se é claro que a rádio do presente é pensada sem que haja uma real noção das audiências (a não ser que um programa se prolongue no tempo, caso contrário estaremos a falar de tendências, estimativas, expectativas), a medição na net será bem mais real do que os sistemas actuais de amostragem, mesmo digitais[141];

Deste conjunto de ideias é possível retirar duas conclusões imediatas:

---

[139] Brecht queria uma rádio que «*não soubesse apenas emitir, mas também receber, não apenas fazer ouvir o ouvinte, mas fazê-lo falar, não o isolar, mas pôr-se em contacto com ele*», BASSETS (ed) (1981). Teorias de la radio, Barcelona, Gustavo Gili

[140] «*We appreciate your help and interest in building this new radio station. This radio station is ALL ABOUT YOU, the listener, so we need YOU to tell us how it should be!*» *in* http://www.1067needshelp.com/main.html (O Segundo Choque, 22/05/06)

[141] Isso não é uma realidade nesta altura na medida em que «*Não há acordo sobre um método. Em vez disso, existem diversos sistemas que podem produzir diferentes resultados*» («Ratings divide mey be hampering internet radio ad sales market», RAIN Newsletter, 21/03/06; consultado a 16/12/06).

1) a Internet tem ajudado a ultrapassar algumas das limitações estruturais que a rádio apresenta desde a sua fundação, há 100 anos, e logo em quatro planos essenciais da teoria da comunicação: não apenas na emissão e na recepção, mas também nos conteúdos e no feedback;

2) A Internet, porque intervém nessas quatro áreas, apresenta uma força incomparável com o FM ou o transístor, juntos;

Se ao nível da emissão são óbvios os ganhos trazidos pela Net, já quando se pensa nas mudanças provocadas ao nível da recepção, a conclusão de que *o rádio perdeu o exclusivo de receber a rádio*[142] provoca, imediatamente, duas consequências:

1) O rádio passa a disputar com outras plataformas de recepção (o computador, o PDA, o telemóvel, a consola, o leitor de áudio) espaços e momentos de acumulação/portabilidade;

2) Está em causa o próprio conceito de rádio, tal como o conhecemos durante 100 anos, quando o que recebemos nessas plataformas é áudio programado por um computador[143] e sem recurso ao espectro radioeléctrico[144];

[142] Em Portugal distingue-se o masculino rádio (aparelho receptor, «o rádio está avariado») do feminino rádio, que significa a emissão ou determinada estação em concreto («não costumo ouvir essa rádio»)
[143] Mesmo que haja mensagens de voz previamente gravadas ou sintetizadas pelo computador, como promete uma tecnologia que está a ser desenvolvida pela Universidade de Edimburgo (cfr. «Technology could spell the end for radio DJs», Manchester evening news, 21/12/06; consultado a 22/12/06)
[144] Esta questão é importante: a partir de quê é que deixamos de falar em rádio e falamos de outra coisa qualquer? O que é que faz com que a rádio seja rádio? Qual é a sua definição essencial? A existência de pessoas falando? A questão é polémica. Por um lado, há quem defenda que uma transmissão musical a partir de web, e gerida por um computador (como os casos da Pandora, Last Fm ou LaunchCast), não é rádio; por outro, há quem argumente que o conceito está em evolução e que terá de agrupar essa ideia de transmissão sem intervenção humana. *"(...) no conviene cerrar las limitaciones ni los conceptos hasta que los comportamientos de los usuarios y las implantaciones de tales consumos se definan a su vez. Lo que está claro es que asistimos a renovaciones transcendentales independientemente de que las llamemos de una manera o de otra.*" (Cebrián Herreros, 2001: 120)

2.2 Razões para se falar em ameaça

Obviamente que a rádio habituou-se a viver em concorrência, mas havia uma zona na nossa vida em que, durante décadas, a rádio foi exclusiva: a da acumulação. O carro é o exemplo mais óbvio[145], mas ler e ouvir rádio nos transportes públicos, correr e ouvir rádio ou estudar e ouvir rádio são associações clássicas.

A Internet veio ajudar a quebrar o último reduto de dominação radiofónica: a partir do momento em que é possível emitir para os telemóveis emissões streaming das rádios na web é também possível emitir todo o tipo de conteúdos. Significa isto que é possível receber áudio (sem que seja rádio; um disco completo por exemplo) através da Internet, no computador, no telemóvel ou até em novos receptores apenas de on line[146]. Mas a Internet deu mais um contributo neste sentido, a partir do momento em que passou a alojar música para ser descarregada legal ou ilegalmente. Há milhões de temas armazenados na net, a ponto de se falar que o futuro da música será apenas digital e que se assistirá a curto prazo na desmaterialização da música[147]. A seguir, apareceram os leitores para essa música digital, permitindo construir listas pessoais com milhares de temas. Alguns desses leitores apresentam a rádio com funcionalidade extra mas outros não querem concorrência[148].

Ou seja, passou a ser possível ir correr sem ter, como companhia obrigatória, a rádio.

---

[145] Mesmo os aparelhos que permitem armazenar vários CD não são uma opção de massas, não tanto pelo seu preço mas pela necessidade de substituição periódica

[146] Existem diversos modelos à venda que se apresentam como os novos receptores, mas apenas de emissão on line, capazes de sintonizar milhares de estações em qualquer parte do mundo nos seus favoritos (exemplos: o AE Wi-Fi, da Acoustic Energy, ou o Roku, da SoundBridge)

[147] « *(...) la promoción y la venta de música on line se ha disparado en el último año. El paradigma digital está modificando la estructura de industria musical al incrementar y simplificar los procesos de reproducción musical y está dando lugar a formas autónomas de distribución. La distribución de música a través de la Red con el sistema MP3 y el más que paradigmático fenómeno Napster han sacudido profundamente la industria tradicional del disco*» (MARTINÉZ-COSTA e MORENO MORENO 2004:342)

[148] O exemplo mais conhecido, por ser líder de vendas em quase todo o mundo, é o iPod, da Apple. Em Portugal, curiosamente, o iPod é apenas segundo, depois da Creative (cfr «Creative baixa preços em Portugal», 22/9/06, consultado a 9/12/06)

Em alternativa, há o leitor de áudio ou o telemóvel (através de memórias internas ou externas). O mesmo acontece com cozinhar ou estudar de auscultadores nos ouvidos. Ou até conduzir sem a companhia da rádio – são já vários os modelos de automóvel que têm ligação directa aos leitores de áudio digital, mas, quando isso não acontece, existem moduladores que, utilizando as frequências de FM, colocam as listas de música no próprio receptor de rádio (e este exemplo é, simbolicamente, o mais irónico – a rádio deixou de ter o exclusivo da acumulação e da portabilidade e a tecnologia que mais ameaça essa condição utiliza o próprio meio rádio…)[149].

Os leitores digitais são apenas a consequência lógica do armazenamento de milhões de temas na rede. A partir do momento em que os downloads se banalizaram é a rádio musical que mais tem a perder: no computador, no telemóvel, nas consolas de jogos, transmitida em memórias portáteis ou wireless, a música existe para além daquilo que era uma espécie de aliança entre indústria musical e rádios[150].

Ou seja, deixou de ser necessário ouvir na rádio para conhecer as últimas edições ou saber mais dos músicos – a Internet está a destruir rapidamente essa aliança, ainda por cima nos dois sentidos:

- não são apenas os ouvintes que deixaram de precisar da rádio para ouvir o seu artista favorito – o que fizeram durante décadas, também por falta de alternativas[151];

- a própria indústria – entendida aqui no seu sentido mais vasto – percebeu que há outros canais alternativos igualmente válidos;

[149] A NPR, serviço público nos EUA, apresentou no último trimestre de 2006 uma queixa contra estes moduladores, por – alegadamente – criarem problemas na sua emissão; na Grã-Bretanha só em Dezembro de 2006 a autoridade das comunicações liberalizou o seu uso (http://www.ofcom.org.uk/media/news/2006/11/nr_20061123b) ; em Portugal são vendidos livremente mas em enquadramento legal

[150] Em todos os países há mais rádios de música. As explicações tanto podem ser comerciais (os anunciantes querem a segmentação de gostos provocada pela diversidade musical), financeiras (a música é barata), históricas (o produto a que a rádio se agarrou, quando surgiu a televisão) ou ontológicas. Neste particular, como diz Crisell, a música «constitui um ambiente sonoro perfeito» (Crisell, 2004: 14)

[151] Neves destaca dois estudos realizados em Portugal no âmbito da sociologia em meados da década de 90 que mostram que a rádio é o meio principal de escuta de música, sobretudo entre os mais jovens e que é marginal o número daqueles que ouvem música sem ser através da rádio (Neves, 1999: 208)

2.2.1 Um exemplo a partir da indústria musical

Para os músicos fora do sistema mais profissional – e que dificilmente conseguiriam entrar nas listas das rádios – a Internet mostrou-lhes que o sucesso é possível; mas mesmo para as grandes editoras deixou de ser imperativo conseguir «airplay»[152]; se o conseguem será óptimo, mas agora há novas formas de criar raízes com o público:

- páginas oficiais on line (com conteúdos diversificados, notícias, imagens, temas para download gratuito e/ou para venda imediata);

- páginas de fãs (não oficiais), incentivadas ou não pelas próprias editoras;

- utilização de espaços na net social (My Space ou You Tube),.

Perante esta realidade de múltiplas ofertas – juntando a crescente digitalização de milhões de canções, descarregadas legal ou ilegalmente em grandes quantidades, e a multiplicação de editoras que existem sobretudo na Internet (web-labels) – é possível concluir que uma canção vive e pode conseguir sucesso sem chegar à rádio[153].

> «Enquanto a indústria discográfica faz o balanço de um ano em que as vendas voltaram a baixar, alguns sinais apontam para uma democratização da música, graças à Internet, que começa a alterar o equilíbrio de forças no seio da indústria musical. Explorando designadamente os fóruns e os blogues musicais, as companhias

[152] O número de vezes que uma mesma música passa numa determinada rádio

[153] Impensável até há pouco: «Para atingir o primeiro lugar [da tabela de vendas], um single deverá, no presente, vender uma média de 125 mil cópias numa semana. A divulgação na rádio é um requisito crucial para um sucesso de vendas a este nível» (Hendy, 2000: 225). Frederic Dannen considera que por cada single no top 10 das mais passadas pela rádio poderia ser vendido um milhão de álbuns (Neves, 1999: 75)

> independentes de discos fazem grandes progressos, à custa dos quatro conglomerados mundiais de música, cujo modelo comercial, que consiste em promover os «hits» graças à difusão radiofónica, parece cada vez mais ultrapassado" (Jeff Leeds, New York Times, traduzido pelo Courrier Internacional, "Net beneficia editoras independentes", nº 43, 06/04/06, pág. 43).

A rádio, habituada a fabricar os sucessos, confronta-se com uma nova realidade: ter de se associar a esses sucessos para não perder ouvintes – que provavelmente já os conhecem de outros acessos.

2.2.1.1 Alguns casos em concreto

Alguns exemplos relevantes, registados em 2006, de uma conquista pioneira, mas que se tornará banal com o passar do tempo – confundindo a auto-edição com o sistema industrial:

- **Lily Alen** tornou-se conhecida através da Internet e do MySpace e veio provar que se pode atingir o sucesso (ou conseguir uma «carreira») sem o circuito clássico promocional da rádio ou da televisão. Ainda não tinha lançado qualquer disco, mas já colocara quatro músicas na sua página. A partir daí, e em pouco tempo, teria conseguido mais de 40 mil «amigos» registados, que teriam ouvido as suas músicas um milhão de vezes, sobretudo «Smile». Só depois é que assinou com uma editora e grava «Alright Stil…». «Agora há diversidade, hipóteses de escolha (…) A Internei permite que os miúdos encontrem música nova em vez das coisas de sempre. Os miúdos fartaram-se de estrelas pop manufacturadas, falsas. Querem algo diferente. Com a Internet podem procurar e encontrar exactamente aquilo que desejam, em vez daquilo que lhes disseram [de] que deviam gostar.", disse[154];

[154] Publico, 4/8/06, Suplemento Y

- Os **Gnarls Barkley** estiveram nove semanas consecutivas na liderança da tabela britânica de singles apenas com downloads do seu single de estreia «Crazy». Antes, quer através da sua página no MySpace quer do seu «site» pessoal, foi criado um enredo à volta da personagem Gnarls Barkley que acelerou o interesse popular em torno deste projecto;

- «(…)a então pouco conhecida cantora escocesa **Sandi Thom** ia a caminho de dar um concerto no País de Gales quando o carro avariou. Nesse momento, decidiu que a Internet seria a melhor forma de fazer a sua música chegar a todo o lado, sem se sujeitar às vicissitudes da vida na estrada: através de uma webcam, a partir do seu próprio apartamento, transmitiu uma série de 21 concertos para o mundo inteiro. Reza ainda a mesma lenda que a primeira emissão foi vista por 70 pessoas mas que, a meio desta sua digressão virtual, já se contavam mais de 160 mil espectadores on-line. Em três semanas, o fenómeno levou Sandi Thom a assinar contrato com uma multinacional, e, mal o single 'I Wish I was a Punk Rocker' foi editado (em Junho deste ano), subiu de imediato ao topo as tabelas do Reino Unido. Curiosamente, destronou 'Crazy', do projecto Gnarls Barkley, o primeiro single a chegar ao número um dos tops apenas com base na sua distribuição digital (…)[155]»;

- Os **Artic Monkeys** conseguiram bater o recorde de vendas na semana de lançamento do seu álbum de estreia. Isto depois de a canção «I Bet You Look Good on The Dancefloor» ter sido difundida meses antes através do seu site e, também ela, ter atingido o primeiro lugar na tabela britânica de singles; Outro temas deste grupo, «'Whatever People Say I Am, That's What I'm Not', é a estreia discográfica com o maior sucesso de sempre no mercado britânico. Na primeira semana, o álbum atingiu a generosa marca de 360 mil cópias vendidas, mantendo os Arctic Monkeys nas primeiras páginas da imprensa musical britânica e exportando a sua música para os EUA com relativo sucesso. Os Arctic Monkeys apostaram numa nova forma de divulgação. Em cada uma das

[155] Ana Markl, «As estrelas do ciberespaço», Sol/Tabu, 23/09/06, pág. 12

actuações, a banda distribuía, gratuitamente, uma gravação dos seus temas e encorajava todos os presentes a fazer circular o disco pela Internet. Sucesso garantido muito antes de qualquer edição oficial, manobra de marketing ou investimento multinacional. (...) Depois de anos de namoros ilegais, de acções judiciais e proibições, os músicos tornaram-se, eles próprios, utilizadores do ciberespaço e assumiram, sem preconceitos, as vantagens que o meio oferece em tempos de incerteza, relativamente ao futuro da indústria discográfica»[156].

- **Clap Your Hands Say Yeah:** trata-se de uma banda de Nova Iorque que, durante cerca de um ano (2005) divulgou o seu trabalho quase só pela Internet e num círculo muito restrito. Gravaram para uma editora com o mesmo nome e faziam a auto-promoção desse disco (vendiam-o pela Internet, os músicos divulgavam-se a si próprios em concertos e nas rádios). Mas sempre sem ajuda de qualquer editora, grande ou pequena. Durante algum tempo viveram assim, até que, através também da Internet e dos blogues, em menos de um mês (Junho de 2006) conseguiram diversas referências e muitas portas se abriram, conseguindo a atenção da indústria. Mas não perderam a ligação à Internet – pelo menos um dos seus concertos foi transmitido ao vivo pela NPR[157];

Estes exemplos, ainda raros, são de artistas que conseguiram sucesso através do novo circuito marginal à rádio. Mas a lista de músicos que primeiro lançam os seus temas na Internet e não através da rádio é muito extensa. Guiseppe Granieri diz que a blogosfera funciona como uma gigantesca *Word-of-mouth network*, ao serviço do sucesso de muitos músicos

> «Graças à Word-of-mouth network houve grupos musicais que encontraram lugar e que sem os blogues provavelmente não teriam tido o mesmo destino. Desde o sucesso do desconhecido rapper Dizzee

[156] «Música com rede», TP, Diário de Notícias,6ª, 10/03/06, pág. 6
[157] Cfr. por exemplo «Internet Success Story: Clap Your Hands Say Yeah», Metafilter.com, 8/3/06 (consultado a 22/12/06)

> Rascal em Inglaterra, aos Radio Depts, aos italianíssimos Perturbazione, que acabaram por também abrir um blogue» (Granieri, 2005:63)

2.2.1.2 Uma alternativa válida

A Internet não é apenas caminho para os músicos que estão a começar. Mesmo a músicos consagrados, a web permite libertarem-se das amarras das editoras (como aconteceu em 2006 com os Pearl Jam[158]), permite chegar a novos públicos com novos circuitos de distribuição (os videoclips não passam apenas na televisão, passam sobretudo na Internet), permite ter mais capacidade de resposta (lançar apenas uma música em vez de ter de gravar um CD ou pôr on line uma gravação ao vivo) e não estar dependente das decisões dos responsáveis pelas playlists.

O grande problema, nesta altura, é encontrar uma forma de garantir retorno financeiro das apostas musicais, uma vez que Internet ainda é sinónimo, neste domínio, de pirataria ou, pelo menos, de gratuitidade.

Do ponto de vista da indústria musical, a Internet significa uma alternativa muito válida à rádio. Construída por playlists administradas ao pormenor, de características fechadas e dimensões reduzidas, a rádio faz a sua gestão com grande cuidado[159], na medida em que se trata do um activo de grande valor e do qual depende o seu sucesso nas audiências[160].

E se as audiências são relevantes, a editora tudo fará para colocar o seu artista nessa lista. Haverá muitos casos de interesse dos dois lados, mas atendendo à quantidade de edições semanais e ao

---

[158] Em Maio de 2006 publicaram um novo disco, «Pearl Jam», que foi antecedido pelo lançamento de um single apenas na Internet, para descarregamento gratuito, «World Wide Suicide» ; desse disco foi lançado também um videoclip, sobre licença Creative Commons (pode ser copiado e distribuído desde que esses actos não tenham objectivos comerciais); Em Setembro de 2005 já tinham anunciado que passariam a disponibilizar gravações em mp3 dos seus concertos ao vivo para download, por $9,99 («Pearl Jam lançam álbuns ao vivo pela Internet», Ciberia, 31/08/05)

[159] O sistema informático «Selector» é o mais conhecido

[160] "Todas as semanas, o GWR [em Maio de 2005 este grupo de rádios fundiu-se com o Capital Rádio e os dois deram origem ao grupo GCap Media, o maior da GB] fala pelo telefone com centenas de pessoas, entre os 20 e os 34 anos, sobre os seus gostos musicais. A quem responde é pedido que diga qual é a sua preferência musical de uma pequena lista de nichos musicais e depois perguntam-se as suas opiniões sobre uma lista de canções actuais. As conclusões sobre esta pesquisa permanente ajudam a construir as «playlists do grupo" (Fleming, 2002: 16/17).

pouco espaço disponível nas listas, são frequentes casos em que as rádios não estão interessadas em incluir determinada música, apesar dos esforços da editora junto dos «gatekeepers», como lhes chamam S. Barnard[161] ou Baskerville[162].

No actual panorama, a rádio ainda representa um desafio promocional muito exigente para a indústria, que joga a seu favor os trunfos de funcionar como oligopólio[163], ou seja, ganhando mais capacidade de impor – «*as 'majors' possuem as melhores condições para a colocação dos seus produtos devido aos processos de trabalho utilizados e à extensão dos recursos materiais e humanos de que dispõem*»[164].

Suspeitas de pagamentos (a animadores/djs ou a directores de programas) sempre existiram[165], mas só muito recentemente a justiça norte-americana deu as suspeitas como provadas: uma investigação a centenas de estações[166] resultou em condenações e promessas de alterar a conduta por parte de gigantes como a Sony ou a Warner.

A decisão sobre a inclusão ou não nas listas de difusão era, aliás, um dos três grandes problemas colocados pelas rádios à indústria[167] (os outros: a formatação por estilos de música, que obriga a uma arrumação nem sempre pacífica[168], e a estratégia das editoras, que procura «*vender o máximo de cópias do mínimo de produtos, o que, dada a expansão da rádio aos níveis local e mundial, permite concluir que o aumento do tempo de emissão se fez difundindo a mesma música*»[169]).

Tirando estas excepções, indústria e rádios casaram durante décadas sem crises: de uma forma

---

[161] Hendy, 2004:99, a partir do estudo seminal de Kurt Lewin em 1947

[162] Diz Baskerville: «Aqueles que eles permitem podem prosperar. Aqueles a quem são negados direitos de emissão provavelmente nunca sairão da obscuridade no campo da música popular» (Neves, 1999: 73)

[163] Neves, 1999: 40

[164] Neves, 1999: 142

[165] Desde meados da década de 20 que se fala em «payola» nos EUA (esses pagamentos); por isso, também, desde 1960 que existe uma lei que proíbe comprar espaço na rádio para transmitir música;

[166] «Payola Investigation Includes "Hundreds Of Radio Stations", Radio Ink, Fevereiro 2006 (consultado a 9/12/06)

[167] Não é por acaso que Baskerville considera que os directores de programas ou os autores das playlists «são provavelmente os mais poderosos indivíduos na indústria musical» (Neves, 1999: 73)

168 «El problema, (…) surge cuando se subvierte el teórico proceso de creación musical más o menos libre por parte de los artistas, cuyas canciones juzgan luego adecuadas o inapropiadas para sus respectivos formatos los programadores de cada emisora y sucede justo a la inversa: por efecto de la especialización, las industrias discográfica y radiofónica han impuesto de facto un etiquetado previo para dar salida a las canciones de música pop (…). El próprio [Lenny] Kravitz lo comentaba así en una entrevista: "Todas las compañías dijeron que la música no era lo suficientemente negra porque no sonaba como Cameo o Prince. La manera en que un A&R se comporta en EE UU es estúpida. Hay una oficina llena de gente blanca para el pop y el rock. Y hay outra oficina llena de chicos negros dedicada al soul o el hip hop o a lo que se lleve en la radio negra. Me harté de que me dijeran 'coge una batería, rízate el pelo (que entonces tenía corto y de punta) y entonces te contrataremos'" (Pedrero Esteban, 2000: 199).

[169] Neves, 1999:74

muito simples, as editoras davam a música às rádios, as rádios divulgavam-na. Tudo de borla[170], portanto, evitando com que as editoras gastassem muito em publicidade e as rádios tivessem de pagar pelos conteúdos que transmitiam[171]. A construção de programas com base no top de vendas será provavelmente a representação máxima da relação passiva entre indústria e rádio.

Tendo em vista a diminuição de receitas provocada pelos descarregamentos ilegais e pela pirataria em geral, a indústria musical talvez tivesse preferido que a Internet não existisse[172]. Daí também ter reagido tarde. Mas, percebido que se trata de um fenómeno imparável, editoras e músicos passaram a contar com ela. Não é exactamente de borla como a rádio (porque é preciso pagar o alojamento da informação nos servidores), mas os ganhos – ao nível da difusão da mensagem – compensam. Além disso pode juntar-se mais facilmente publicidade e música através da net.

Parece certo que, a menos que as audiências da rádio musical desçam drasticamente, a indústria continuará a ter interesse em usar a rádio. Já não como o veiculo promocional por excelência (único, por vezes, como aconteceu durante décadas[173], ou «*o principal suporte promocional da indústria*»[174]), mas como mais um. Complementar com as possibilidades abertas pela Internet. Haverá sempre reedições, novos singles, lançamentos ambiciosos em que a rádio musical (também) será chamada a intervir. Mas a partir do momento em que a rádio musical perde influência, protagonismo, liderança, deixa também de ser um parceiro temido e/ou respeitado. Será apenas um parceiro. Mas isso não faz uma aliança. Desfeita pela Internet.

2.3 Novas oportunidades para o receptor

[170] Excepto, para as rádios, os direitos de autor, em percentagens quase simbólicas.
[171] Wallis e Malm falam numa relação de «dependência mútua porque (…) as estações emissoras necessitam de mais e mais música gravada para alimentar os seus programas, tal como a indústria necessita destes para publicitar os seus produtos» (Neves, 1999: 73)
[172] Da mesma forma que na década de 20, quando a rádio apareceu, a indústria manifestou grande desconfiança, na medida em que receava que a audição gratuita levasse à quebra no consumo de discos (Neves, 1999: 72)
[173] «*Uma parceria de fenomenal sucesso (...) que tem sido crucial na formação da cultura popular moderna*» (Crisell, 2004:66)
[174] Neves, 1999: 73

A rádio musical talvez seja (ou talvez venha a ser) a principal vítima das ameaças trazidas pela Internet, aquela em que os ganhos serão inferiores às perdas provocadas.

Porque – como se viu – há alternativas ao nível das plataformas onde se pode colocar uma informação que antes tinha a rádio como exclusivo (há desde duas décadas canais de televisão sobre música, mas sem as duas características chaves: a portabilidade e/ou a acumulação).

Mas sobretudo porque, para os consumidores, deixou de ser necessário ouvir a rádio para conhecer os últimos sucessos. Podem fazê-lo nos computadores – estão a fazê-lo[175] – mas também nos leitores de música digital, em consolas e, principalmente, nos telemóveis.

Imaginemos alguém que acorda de manhã com uma vontade enorme de ouvir uma determinada música em particular. Se tivesse possibilidades (físicas e monetárias) poderia comprá-la, tendo de comprar também todas as músicas que estão nesse disco. Ou poderia ligar a rádio, esperando ter sorte nesse objectivo. No limite, poderia inscrever-se num dos múltiplos programas de discos pedidos e, com alguma sorte, ver satisfeita essa vontade.

Mas a palavra-chave, aqui, é sorte.

O mesmo alguém, hoje, tem diversas alternativas para ver satisfeita essa vontade, sem necessidade de usar a sorte: compra aquela música em particular (através do computador ou do telemóvel), ouve-a em streaming (por exemplo, se o tema estiver no «site» oficial desse músico ou em páginas auxiliares como o «MySpace»), descarrega-a ilegalmente (numa lógica de partilha de ficheiros «peer to peer») ou pede-a num dos servidores de áudio que abundam na Internet (será muito difícil que, com tantas opções, não encontre a música em questão). E os números mostram que estão mesmo a pedir[176].

Ou seja, não a consegue ouvir na rádio, mas, com toda a certeza, poderá ouvi-la na Internet. A Internet assume-se como alternativa para os ouvintes.

---

[175] *«(...) o tempo dedicado à navegação na web é oito vezes maior que o dedicado aos jornais, revistas e cinema, quase três vezes maior que o dedicado ao rádio e quatro horas maior que à televisão»* diz um estudo da União Internacional de Telecomunicações, « Web atrai mais usuários que a TV, diz estudo», Abril.com, 05/12/06 (consultado a 30/12/06)

[176] A eMarketeer divulgou em Julho de 2006 uma sondagem realizada pela empresa Hear2.0 sobre as preferências dos ouvintes on line nos EUA: 40% disseram que ouviam estes canais especializados de música, 26% as rádios dos locais onde viviam e 22% outras rádios que não da sua zona (via «O que fazem na net os ouvintes de rádio» O Segundo Choque, 15/07/06)

2.3.1 «A geração iPod»

Entre o universo de ouvintes da rádio merecem, neste contexto, especial atenção os mais jovens:

- porque são eles os mais receptivos às novas tecnologias;

- porque tradicionalmente são (eram?) os melhores ouvintes de rádio[177];

- porque o comportamento que tiverem agora face à rádio será decisivo na sua ligação futura a este meio[178];

Contudo, o que dizem os últimos estudos feitos sobretudo nos Estados Unidos é que a rádio está em perda junto do público mais jovem. Alguns números:

- Um estudo da Edison Media Research mostra que os jovens entre os 12 e os 17 anos passaram de 65 horas de escuta radiofónica em 1993 para 51 horas em 2006[179]. Ou seja, uma queda de 22%. Se o universo for o dos 18/24, percebe-se que a quebra é de 24%[180];

- De acordo com um estudo da MindShare intitulado 'Kids, Tweens, and Teens and Technology' , "*Quando a empresa perguntou aos jovens qual a tecnologia que eles mais lamentariam perder, a*

177 É o caso português: «O grupo dos 18 aos 24 anos é o que apresenta maior audiência acumulada de véspera, de 74.6% - superior aos 58.9% da média do universo. A partir deste grupo etário, as audiências de rádio tendem a descer sempre(…)», in «18-24 anos - os maiores consumidores de rádio», O Segundo Choque, 03/03/06; Também em Espanha foi divulgado que «La radio es el medio menos afectado por la aparición de las tecnologías digitales», ElPaís.es, 08/02/06 (consultado a 23/12/06). Na Grã-Bretanha, contudo, o estudo de audiências RAJAR mostra que os jovens 18-30 estão a ouvir 22,3 horas por semana enquanto os 40-55 ouvem 25,4 horas por semana («The iPod generation», Ofcom, 23/07/04)

178 Como disse o presidente da empresa de estudos de mercado Jacobs Media, Fred Jacobs, «arriscamo-nos a perder um par de gerações» *in* «Consultant Tells Radio: "You Reap What You Sow"», Radio Ink, 12/06 (consultado a 26/12/06)

179 http://www.infinitedial.com/TSL_12_17-1.tiff (consultado a 23/12/06)

180 http://www.infinitedial.com/TSL_18_24.tiff (consultado a 23/12/06)

televisão aparece em primeiro lugar, mas os videojogos e a internet aparecem logo a seguir (...). Rádio, jornais e revistas dificilmente constam"[181];

- A Bridge Ratings entrevistou 2000 jovens norte-americanos entre os 12 e os 24 anos e percebeu que 85% preferiam o seu leitor de áudio digital à rádio. O mesmo universo escolheu a rádio na Internet à rádio convencional, 54% contra 30% para ouvir música[182]; Os números são ainda mais claros na faixa 18-24 anos;

- De um estudo da Jacobs Media feito por «focus group» a jovens dos 18 aos 24 anos: «*estes ouvintes dizem que a rádio está a perder a sua portabilidade (a ideia de que a rádio é ubíqua e totalmente transportável pode ser encarada como uma coisa do passado. Como Jacobs contou: "A determinada um deles* [do 'focus group'] *olhou para mim e disse que o iPod é portátil e o rádio não"»*[183]. A única vantagem da rádio, disseram, é ser de borla.

- Outro estudo, desta vez da Yahoo e da OMD Worlwide, realizado entre jovens dos 13 aos 24 anos, em onze países, confirma que a Internet ultrapassou a rádio como meio preferido (em todos os países analisados). Esta preferência é especialmente clara fora dos Estados Unidos. Dentro dos EUA, 47% dos inquiridos dizem preferir a Internet para ouvir música, comparado com os 27% que preferem a rádio. Noutros países, cerca de 60% dos jovens preferem a Internet comparando com os 20% que preferem a rádio[184].

Os números, com origens tão dispersas, não deixam margem para dúvida: a rádio está a perder este público;

---

[181] http://www.kurthanson.com/archive/news/101206/index.asp, RAIN, 12/10/06 (consultado 23/12/06). Em Espanha, contudo, um estudo que fez a mesma pergunta teve resultados diferentes: « De 4.000 encuestados, el 47% se quedaría con los videojuegos antes que con la tele (el 34%)» (El País, La tele pierde, consolas y móviles ganan, Rosario G. Gómez /Guillermo Abril, 13/08/06)

[182] Rediscover the serendipity of radio, Marc Fisher, The Washington Post, 04/02/06

[183] «Jovens (18-34) acham que a rádio não é portátil!», O segundo Choque, 14/12/05 (cons a 23/12/06)

[184] «Yahoo, OMD Study: Youth Prefer the Internet over Radio», Radio Currents Online, 27/12/05 (cons a 23/12/06),

- Um último estudo, neste contexto, é da Arbitron e foi divulgado pelo The New York Times: entre a primavera de 1999 e a primavera de 2005, os ouvintes entre os 12 e os 17 anos ouviram menos 15%, os 18-24 menos 15,3% e os 25-34 menos 13,2% (as outras faixas etárias têm também quebras, mas inferiores a 10%)[185]

2.3.1.1 Razões para perda da rádio

Vamos encontrar dois tipos de argumentos para justificar esta queda da rádio entre os mais novos: os de carácter exógeno e os endógenos.

Relativamente aos primeiros, como já se viu, a rádio ganhou finalmente concorrência no seu terreno preferencial, o da acumulação e o da portabilidade, e no seu conteúdo mais apetecível, a música. Não só existem novos suportes que são autónomos e portáteis, como os telemóveis, os leitores de aúdio ou as consolas de jogos (qualquer um deles com grande potencial de crescimento, a partir de memórias internas ou externas), como a nova música deixou de chegar quase exclusivamente pela rádio: chega agora através das muitas faces da Internet (downloads, canais streaming, podcasts, páginas oficiais ou oficiosas, troca de ficheiros em memórias portáteis).

As primeiras conclusões de um estudo da Bridge Ratings & Research, destinado a medir os efeitos da erosão provocada pela concorrência, mostram por exemplo que «*o uso de um leitor de mp3 pode consumir mais de 80% do tempo de um ouvinte de rádio, durante as primeiras semanas ou meses. Este número tende a ser genericamente menor entre as mulheres com mais de 30 anos ou os homens com mais de 35*»[186].

Diz Larry Rosin, presidente da Edison Media Research:

---

[185] « Changing Its Tune; Broadcast Radio Is Scrambling To Regain Its Groove», The New York Times, 15/09/06 (alternativa: «A perda de ouvintes na rádio convencional» O Segundo Choque, 20/09/06; cons a 06/01/07)

[186] «Turnaround Seen In Terrestrial Radio», Radio Ink *in* O segundo Choque, 19/01/06 (cons a 26/12/06)

> «(…) a intensa competição pelo tempo mediático disponível desenvolveu-se na última dúzia de anos. Em complemento à consulta na web, telemóveis, vídeo-jogos, filmes, televisão e o carrilhão de mensagens instantâneas, leitores de música digital e músicas descarregáveis estão a rivalizar pelos ouvidos dos jovens»[187].

É na comparação com outros suportes tecnologicamente mais evoluídos que se percebem as limitações da rádio. Mas à rádio também são apontadas falhas que justificam uma perda de protagonismo, nomeadamente entre o público mais jovem:

- a rádio, dependente das receitas publicitárias, «*tem procurado o dinheiro, atingindo os ouvintes mais velhos*»[188], esquecendo os mais novos, que têm um poder económico reduzido. O grupo preferencial de ouvintes desejados pela rádio é, por isso, o dos 25-54[189]. A situação é ainda mais dramática relativamente aos que têm menos de 12 anos. À excepção da Radio Disney[190], não há mais projectos que os possam interessar. Se considerarmos que «*Las audiencias confirman un descenso en el consumo infantil* [de televisão]. *De hecho, es el único colectivo, junto a los jóvenes de 13 a 24 años, que ha reducido el consumo televisivo. Si en 1995 los menores de 4 a 12 años se pasaban 160 minutos delante de la pequeña pantalla, en 2005 fueron 142, según la empresa de medición de audiencias Sofres*»[191], conclui-se que estes jovens estão no computador, nas consolas e na Internet.

- parece certo que existe um divórcio entre a linguagem da rádio e a dos mais jovens, não só pela estabilização geracional que a rádio procura mas também pela incapacidade em acompanhar a

[187] «The Youngsters Aren't Listening as Much», New York Times, 16/10/06, Shelly Freierman (registo; consulado a 26/12/06)
[188] «Consultants Debate How to Lure Youth Back to radio», RWOnline, 15/12/06 (cons. a 26/12/06)
[189] Conhecida na indústria por «money demo»
[190] Distribuída pelo éter (AM e FM), satélite (nos operadores XM e Sirius), televisão (nos operadores DirecTV e Cable TV) e Internet
[191] «La tele pierde, consolas y móviles ganan«, El País, ROSARIO G. GÓMEZ / GUILLERMO ABRIL , 13/08/06

evolução tecnológica a que os mais novos estão dispostos. De alguma forma poderia dizer-se que quando a rádio era o único meio disponível a fornecer música os jovens acabavam por aparecer; hoje já não é…

- em contraponto à reduzida dimensão das playlists das rádios musicais, as novas gerações parecem ter uma atitude diferente relativamente à música: coleccionam-na! E em vez de discos, na integra, apenas canções. Legal ou ilegalmente têm ao seu dispor milhões de canções – que podem enviar aos amigos por e-mail (em vez de terem de gravar uma cassete ou um CD). Será aquilo que o presidente da Nettwerk Music Group, Terry McBride, chama de geração «*we-pod*»: «*os fãs estão lenta mas seguramente a recuperar o controlo sobre a indústria musical e a ouvir música da forma que as pessoas ouviam há 30 anos, apenas por aconselhamento*»[192];

- «*El joven de la Generación Youtube*[193] *quiere interactuar, se aburre con algo que dure más de cinco minutos y, sobre todo, no tolera los anuncios. Por tanto, el modelo mediático tiene que cambiar*»[194]. A questão da publicidade tem sido das mais estudadas nos últimos anos, não sendo pacífico até que ponto os mais jovens a toleram. A formulação não pode ser feita entre a opção de ter publicidade ou não ter, mas que preço estão disponíveis a pagar para não ter. «*Os que têm iPods e outros leitores de mp3 têm mais probabilidade de considerar a publicidade na rádio como intrusiva*», diz um estudo da Arbitron/Edison Media Research («Spot Load Study 2005»). «*Um em cada seis inquiridos neste estudo tem um iPod ou um leitor de mp3. Estes são os que mais dizem que a publicidade é 'sempre' ou 'habitualmente' intrusiva (34%)*»[195].

---

[192] «Internet killed the radio star, says tech guru», 24 Hours Vancouver, 4/12/06 (cons a 26/12/06)
[193] A expressão não tem ainda uma validação científica, sendo portanto uma opção do autor. Preferimos em alternativa »Geração iPod»
[194] «Cómo es la generación YouTube?», José A. del Moral, Allianzo Netwoks, 9/11/06
[195] *http://www.edisonresearch.com/home/archives/SpotLoad_Study_2005.pdf in* «Jovens e (pouca) publicidade» O Segundo Choque, 11/11/06 (cons a 26/12/06)

2.3.1.2 Limitações da rádio

Quando o presidente de um dos principais grupos de rádios nos Estados Unidos, Joel Hollander, da CBS Radio, confessa que «é extremamente doloroso" escutar o seu jovem filho dizer que «não há nada para ouvir na rádio»[196] alguma coisa se passa com a rádio.

Mas até que ponto é possível à rádio competir com estas novas plataformas de distribuição? Até que ponto a rádio não representa – pelas suas próprias características, sobretudo técnicas – a imposição e as regras (como que paternais), enquanto a digitalização é a liberdade, a ausência de limites, a própria transgressão? Quando a rádio é uma playlist imposta por outros, a digitalização é a nossa própria playlist; quando a rádio passa a música que o gatekeeper decide, a digitalização permite ouvir a música que se pretende; quando a rádio impõe a publicidade, o corte da música pelo sinal horário ou não identifica quem canta, a digitalização permite ouvir sem publicidade, sempre que se quer e não só a letra como o contexto do grupo e as suas últimas novidades[197].

Ou seja, até que ponto a rádio musical não é o passado e a digitalização o futuro?

2.3.1.3 Opções para a rádio

Visto desta forma fatalista, a rádio, sobretudo musical, estará condenada.

Mas há caminhos que a rádio pode tomar para tentar sobreviver – conciliando a sua característica gratuita com a forte implantação histórica e cultural:

- deixar, de uma vez por todas, de entender a Internet como rival e potenciar-se através dela, criando múltiplos canais de difusão musical, chegando a nichos esquecidos e possibilitando uma lógica de diversidade e de repetição, palavras inconciliáveis na rádio convencional (mas não para os canais áudio que transmitem em streaming); Para Elsa Moreno Moreno a especialização musical pode não

[196] «Presidente da CBS Radio queixa-se de que o filho não gosta de ouvir rádio!» O Segundo Choque, 27/02/06 (consultado a 26/12/06)

[197] Mark Ramsey, um dos principais especialistas de marketing na indústria radiofónica, afirma que «esta mudança na natureza das coisas – e no nosso futuro – é inevitável» («Goodbye under-25's», Hear2.0, 16/12/06) e que «Devemos culpar-nos por não alcançar o inalcançável? (…) Eu não acho» («Where did all the under-25's go?», Hear2.0, 17/19/06)

ser a única resposta à pergunta sobre os novos conteúdos da rádio «*pero sí la más extendida y probablemente lo siga siendo durante los próximos años a través de los diferentes soportes de producción y distribución ante los que converge el médio*»[198]. O mesmo caminho é apontado por um estudo da TechnoMetrica Market Intelligence: «*O futuro da rádio musical reside provavelmente em entretenimento altamente especializado e em apresentar novos artistas e produtos musicais a mercados altamente especializados*»[199]. A Internet também permite as tais expressões de interactividade, um dos segredos da web social, e que não há razão para a rádio não incorporar;

- o sucesso desses canais de áudio é explicável pela desatenção da rádio convencional – que tem o know how, mas se limita a repetir fórmulas. Poderia ter sido ela a promovê-los. Ou seja, ganha quem tiver conteúdos que façam a diferença e se, quem os tiver, os adaptar aos novos tempos[200]. Se isso não acontecer, não faz sentido concorrer quando a perda é evidente;

- mais do que apostar em inovações tecnológicas que parecem condenadas a médio-prazo (como o HD, que permite o multicasting, mas obriga a novos aparelhos e a novas lógicas de convergência), o esforço da indústria deveria ser para convencer as marcas que operam os novos suportes a integrar a rádio como funcionalidade standard (uma entre várias); ou seja, estar onde estão, e onde estarão cada vez mais, os potenciais ouvintes (o receptor de rádio, tal como o conhecemos hoje, está condenado a convergir ou a desaparecer);

- e, finalmente, não se limitar à conectividade em telemóveis, consolas ou leitores de áudio, mas encontrar programas, serviços e conteúdos que estas plataformas – por serem apenas distribuidoras – não contemplem; a espontaneidade da voz humana parece um valor determinante.

---

[198] ELSA MORENO MORENO, s/ título, http://www.unav.es/fcom/jornadas2000/Ponencias/Ponencia%20Elsa%20Moreno%20Final%20.htm (cons.a 06/01/07)
[199] «*Music Radio Stations Hard Hit By Personal Digital Music Revolution*»,Music Industry News Network, 08/06/05 (cons. a 06/01/07)
[200] Ainda que com um valor simbólico, uma iniciativa como a da Edison Media Research, «30 Under 30» é interessante, na medida em que visa atrair para rádio criadores/talentos com menos de 30 anos

2.4 Convergência digital e novos conteúdos

Em face de tudo quanto foi dito parece certo que há duas ideias-chave no futuro da rádio, sobretudo da musical: convergência digital e novos (melhores?) conteúdos. Provavelmente nenhuma das duas conseguirá sobreviver sem a outra. E a explicação é simples: com a digitalização, a revolução não se faz apenas pelo lado do emissor ou do receptor. Faz-se envolvendo estas duas zonas essenciais, mas também a mensagem e o feedback. Afinal, nada mais do que aproveitar os caminhos abertos pela Internet.

Se conseguir conciliar uma forte presença convergente com novos conteúdos, até poderá tirar partido das tecnologias que, agora, a ameaçam, aumentando o tempo de escuta (o podcasting parece ser o melhor exemplo).

Um exemplo de que como uma não permite triunfar sem a outra: menos incentivada pela indústria musical (que, não precisando em exclusivo, pode dividir atenções e recursos por diversos canais, sobretudo relacionados com a Internet), a rádio musical terá menos argumentos e incentivos – menos exclusivos, menos antecipações, menos valor. Sendo menos interessante terá menos ouvintes. E com menos ouvintes os anunciantes afastar-se-ão. Irreversível? É aqui que entra a lógica de novos conteúdos. Quais? Partindo dos pressupostos que com os mesmos não conseguirá afirmar-se e de que a Internet é cada vez mais social, a rádio terá de ser mais interactiva (recorrendo à Internet para se complementar em tempo real) e menos «gatekeeper» (menos playlist), conciliando esta lógica com um argumento de peso sobre os canais de streaming: a voz, que poderá estar presente a cada momento.

O futuro não é certo – nem é certo, por exemplo, que éter e streaming coexistam durante muito mais tempo[201] - mas há algo que parece abrigado de qualquer futurologia: só com novos conteúdos a

[201] Contrariando previsões de que o espectro continuará a servir para emitir em simultâneo

rádio musical pode sobreviver. É que o ambiente não é mais o mesmo: do offline passamos, todos, para uma realidade online. Com outras características, exigências e possibilidades.

Bibliografia

BASSETS (ed) (1981). *Teorias de la rádio*. Barcelona: Gustavo Gili

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1994). *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis

CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2001). *La radio en la convergencia multimédia*. Barcelona: Gedisa

CRISELL, Andrew (1994), *Understanding Radio*. Londres: Routledge 2ª edição

FLEMING, Carole (2002). *The Radio Handbook*. Londres: Routledge, 2ª edição

GRANIERI, Guiseppe (2005). *Geração Blogue.* Lisboa: Presença

HENDY (2000), *Radio in the global age*. Cambridge: Polity

MARTINÉZ-COSTA, Maria (*ed*) (2001). *Reiventar la radio*. Pamplona: Ediciones Eunate

MARTINÉZ-COSTA, María e MORENO MORENO, Elsa (2004). *Programación Radiofónica*. Barcelona: Ariel

NEVES, José Soares (1999), *Os profissionais do disco. Um estudo da indústria fonográfica em Portugal*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais

PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel (2000). *La radio musical en España - Historia y análisis*, Madrid: IORTV

SHINGLER e WIERINGA (1998). *On Air. Methods and Meanings of Radio*. London: Arnold.

[i] À referida deterioração do instrumental crítico na formação dos jornalistas soma-se o fato de que o jornalismo digital traz novos problemas éticos, como os relativos à digitalização da imagem. "Ora, se bem que o retoque, a alteração, a supressão e a inclusão de elementos nas imagens fotojornalísticas sejam procedimentos relativamente comuns ao longo da história, o que é novo é o facto de a manipulação digital de fotografias ser fácil e de difícil ou virtualmente impossível detecção por um observador que não tenha visto o acontecimento fotograficamente representado. Por outro lado, embora a fotografia seja sempre uma forma de manipulação visual da realidade –recordemos a focagem ou o controle da profundidade de campo, da velocidade e da exposição– as tecnologias digitais exponenciaram esse fenómeno, pois transformam as imagens em impulsos electrónicos processáveis em computador. Tornou-se fácil, por exemplo, alterar, na imagem, as cores do cabelo, da roupa, dos olhos e da pele, alterar penteados, colocar frente a frente pessoas que nunca se viram, inserir pessoas e objectos em ambientes diferentes, criar imagens virtuais e combiná-las com imagens indiciáticas da realidade, etc". SOUSA, Jorge Pedro. A tolerância dos fotojornalistas portugueses à alteração digital de fotografias jornalísticas. **Bocc** – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Covilhã, 1998. Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/_texto.php?html2=sousa-jorge-pedro-qualidade-on-line.html>. Acesso em: 5 maio 2006.

[ii] Conforme Fabrizzia Bocaccio Cinel, as notícias do portal Globo.com constituem-se, basicamente, de uma transposição de conteúdo de outras mídias. CINEL, Fabrizzia Bocaccio. **Portais de conteúdo jornalístico na internet sob *o olhar da complexidade***. 2002. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

[iii] Como estratégia para otimizar o investimento publicitário dos anunciantes, o Google lançou um sistema em que os anúncios de vídeo do portal aparecem primeiramente como imagens estáticas, semelhantes a pequenas telas de TV. "Só quando o consumidor clica na tela o anúncio começa a ser exibido – em lugar de saltar da página sem aviso, como muitos comerciais *online* em vídeo fazem –, o que dá aos usuários o controle sobre o quanto desejam ver a publicidade". GOOGLE reinventa publicidade online com vídeos clicáveis. **Telecom Online**, São Paulo, 23 maio 2006. Disponível em: <http://www.telecomonline.com.br/>. Acesso em: 28 maio 2006.

[iv] Ver, por exemplo, BEAUD, Paul; FLICHY, Patrice; SAUVAGE, Monique. **Geomètre contre saltimbanque:** la prédominance de la programmation dans la télévision française. In: SOCIOLOGIE de la Télévision. France. Paris: Cnet, 1991.

[v] Ver, entre outros, MIÈGE, Bernard; PAJON, Patrick; SALAÜN, Jean-Michel. **L'industrialisation de l'audiovisuel**. Paris: Res. Babel, 1986; BOLAÑO, César Ricardo. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec, 2000.

[vi] Notadamente ALBORNOZ, Luis. **Los diarios *online* de información general**: **el caso de los grandes periódicos en español.** 2005. Tese (Doutorado em Comunicación Audiovisual y Publicidad) – Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madri.